

CRPL 2017

Conception d'une web app



Un «Green Spot» dans ma ville
Promotion des monnaies locales

PRÉAMBULE

Avant tout, nous tenons à éclaircir un point important sur lequel nous avons beaucoup réfléchi tout au long du projet, guidés par les professeurs.

La monnaie locale de Montreuil, la Pêche, est bien à l'origine de notre concept de web app, comme nous le détaillons ci-dessous. C'est ainsi que nous avons mené nos questionnaires en majorité auprès d'habitants de Montreuil (commerçants, riverains...) et beaucoup appris des bénévoles de l'association La Pêche.

Cependant, nous n'avons eu de cesse, au cours de la conception de la web app, de demeurer le plus neutre possible vis-à-vis de la Pêche, afin de proposer un service autour de l'utilisation de la monnaie locale, déclinable à tous les territoires.

En effet, notre web app s'est construite autour du cas de la Pêche, à la manière d'une "monnaie pilote", mais n'en a pas moins vocation à en accueillir de nombreuses autres, comme nous l'expliquons dans la partie 8.

SOMMAIRE

PRESENTATION

A - La Monnaie Locale Complémentaire (MLC)	6
1. Son Principe	7
2. Son fonctionnement.....	7
3. Son histoire	8
B - Montreuil	7
1. Son histoire.....	7
2. Ses habitants.....	9
C - La Monnaie locale à Montreuil	11
D - SWOT	13

2 - CONCEPT

A. Benchmark sectoriel.....	15
1 - applis de géolocalisation.....	16
2 - Sites web / applis de monnaies locales.....	18

SYNTHÈSE.....	22
----------------------	-----------

3 - PROPOSITION CONCEPTUELLE

A - Notre positionnement.....	23
1. Le concept.....	23
2. Notre cible.....	23
3. Valeurs	24
4. Nom	24
5. Nom de domaine	25

4 - CONCEPTION UX

A - Synthèse des questionnaires qualitatifs	26
1. Les particuliers	26
2. Les professionnels.....	28
3. L'asso et la municipalité.....	29
B - Personas et parcours utilisateurs	30
1. Gwenola.....	31
2. Quentin	33
3. Fabien.....	35
4. Saïda.....	37

5. CONCEPTION GRAPHIQUE

A - Moodboard et inspirations graphiques.....	46
B - Choix des couleurs.....	47
C - Choix typographique.....	48
D - Logo.....	49
E - Pictogrammes.....	50
F - Maquettes graphiques.....	51

6. SPECIFICATIONS TECHNIQUES

Note technique	53
1. Backlog.....	54
2. Devis.....	55
3. Planning.....	57

7. GESTION DU PROJET

Mise en place rétroplanning.....	58
----------------------------------	----

8. AVENIR DE LA WEBAPP	60
A - Déploiement sur d'autres territoires	61
B - Les fonctionnalités repoussées à plus tard.....	62
1. Bornes interactives (dans parcours utilisateurs).....	62
2. Paiement en ligne	63
C. Communication et marketing.....	63
1. Affichage.....	64
2. Marketing direct.....	65
3. Partenariats	65
D - ... Jusqu'à la diversification	65

ANNEXES

Benchmark.....	67
Questionnaire particuliers	72
Questionnaire professionnels	75
Questionnaire asso	78
Arborescence technique	82
1. Les éléments principaux de la navigation.....	83
2. Le fil d'actualités.....	84
3. Les cartes et filtres thématiques.....	85
4. Recherche textuelle.....	86
Références documentaires.....	87

PRESENTATION

A - La Monnaie Locale Complémentaire (MLC)

La présentation suivante vise à expliquer succinctement notre compréhension du contexte dans lequel se situe notre proposition de 'webapp' au service de la Monnaie Locale de la ville de Montreuil.

Les textes sont issus d'articles ou travaux de recherche cités en fin de dossier. Une monnaie locale est, en sciences économiques, une monnaie non soutenue par un gouvernement national (qui n'a pas nécessairement cours légal), et destinée à n'être échangée que dans une zone restreinte.

1. Son Principe

Pour bien comprendre le principe d'une MLC, il faut comprendre la notion d'économie réelle.

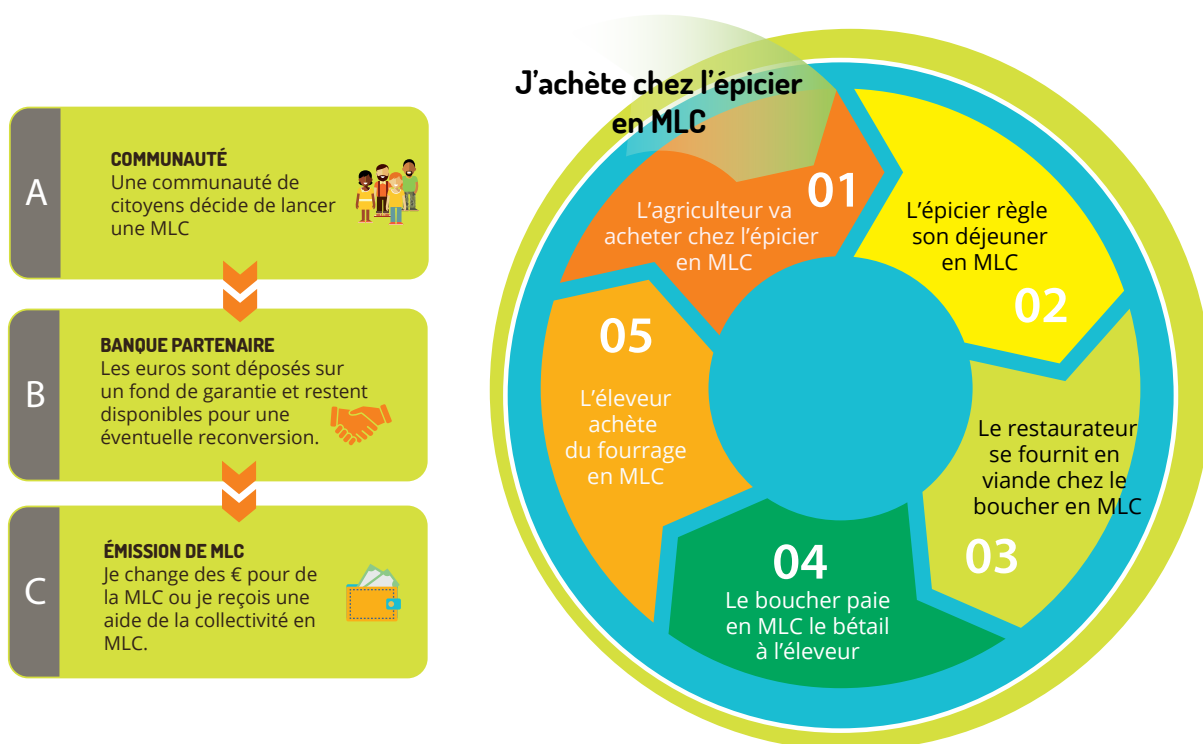
Economie réelle : ensemble des biens et des services que nous pouvons nous fournir au quotidien.

Aujourd'hui, les défenseurs des MLC partent du constat que 98% des transactions se font sur les marchés financiers, et seulement 2% dans l'économie réelle. Or la richesse ne se crée que lorsque la monnaie circule dans l'économie réelle.

Ainsi un euro retiré à la banque circule en moyenne entre 2 à 4 fois avant d'être retourné à la banque, quittant ainsi le circuit de l'économie réelle. Le but d'une MLC est de pousser cet indice de circulation au maximum avant que la monnaie ne soit reconvertie en euro. A titre d'exemple, cet indice de circulation est estimé à 6 pour le sol-violette utilisé à Toulouse.

2. Son fonctionnement

Le schéma ci-dessous reprend la vie d'une monnaie locale, depuis sa création - les étapes A à C - à son utilisation, idéalement infinie. Le cycle représenté ici en 5 étapes affiche dans sa forme la plus vertueuse une circulation continue d'une MLC sans reconversion en euros.



Au fur et à mesure de sa rotation, l'argent crée de la richesse sur le territoire et auprès des prestataires du réseau MLC.

3. Son histoire

Les monnaies locales sont souvent apparues en temps de crise. Il en va ainsi du 'bon-travail' à Wörgl, Autriche, en 1932, ainsi que du certificat de reconnaissance de dettes délivrés par des administrations locales en Argentine en 2002.

La particularité du bon-travail de Wörgl est son système de fonte : tous les mois cette monnaie perdait 1% de sa valeur ce qui poussait à sa réinjection rapide dans le circuit économique.

Même si ces monnaies alternatives ont connu un réel essor après le krach financier de 2008 en Europe, les MLC sont plutôt utilisées en France à des fins idéologiques de pratiques éco-citoyennes. Inexistantes il y a encore cinq ans, une trentaine de monnaies locales cohabitent aujourd'hui en France et autant sont à l'étude.

**En France, toutes les Monnaies Locales Complémentaires
ont pour cours 1MLC = 1 €**

La loi sur l'économie sociale et solidaire votée en juillet 2014 reconnaît le statut de titre de paiement à ces monnaies ce qui favorise leur progression.

**Une monnaie locale est légale en tant que coupon d'échange
au même titre qu'un ticket-restaurant ou un chèque-cadeau.**

B - Montreuil

1. Son histoire

A partir du 19^e siècle, Montreuil accueille des industries diversifiées et qualifiées, qui associent artisanat et industrie de pointe. Les ateliers, souvent de taille modeste, s'installent en nombre et contribuent à l'urbanisation massive du territoire.

Le plateau du Haut Montreuil, jusqu'alors épargné par l'urbanisation, reste quasi exclusivement consacré à l'horticulture ; c'est là que sont construits les murs à pêches, qui permettent d'avoir dans une région qui n'y est naturellement pas destinée une production importante de pêches.



2. Ses habitants

Ville populaire, elle possède une forte communauté malienne installée à partir des années 50.

Sont venus à Montreuil depuis les années 80 et de façon continue des intermittents, des artistes, des techniciens, créatifs de l'audiovisuel, des enseignants du secondaire ou supérieur, des chercheurs, ils semblent plus souvent militants d'organisations politiques, syndicales ou associatives locales ou nationales ⁽¹⁾.

Le taux de chômage, en 2013, pour la commune s'élève à 18 %, un chiffre nettement supérieur à la moyenne nationale (10,4 %)

Montreuil est aujourd'hui une ville de jeunes adultes actifs d'après les chiffres révélés par les dernières enquêtes Insee : une majorité des habitants est en effet née entre 1968 et 1987.

*(1) http://resohab.univ-paris1.fr/jclh05/article.php3?id_article=20
(sociologie des acteurs de la gentrification des quartiers anciens centraux d'hier et d'aujourd'hui)*



C - La Monnaie locale à Montreuil

Émise depuis le 21 juin 2014, **LA PÊCHE**, revendique les qualités suivantes :

- > **Locale**
- > **Citoyenne**
- > **Ecologique**
- > **Solidaire**

Les euros échangés contre des Pêches sont déposés à la NEF, banque solidaire, et 3% des conversions €/Pêche vont à une association adhérente à la-Pêche.

Au 3 décembre 2016, 593 particuliers ont adhéré pour un total de 6 310€ et ont changé 104 233€ en Pêches.

MONTREUIL	
104 139	Habitants (2013)
30 000	Salariés
505	Particuliers adhérents à la Pêche...
221	...dont à jour de cotisation
29	Entreprises
31	Associations
45	Lieux qui collectent la Pêche ...
30	... dont à Montreuil
85 311	Pêches en circulation depuis leur lancement

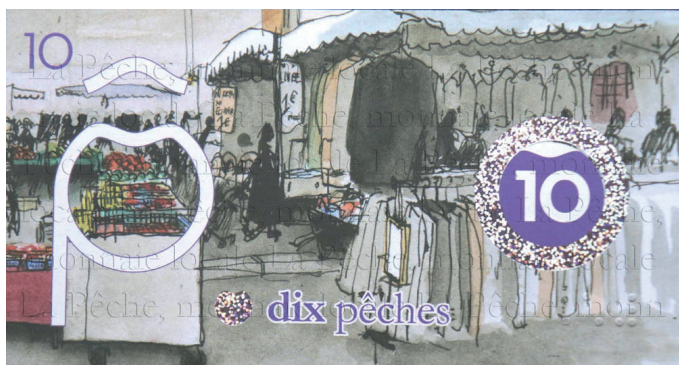
Sources :

site montreuil.fr (site officiel de la ville de Montreuil)

Réunion de bureau du 8 septembre 2016 – compte rendu. <http://peche-monnaie-locale.fr/>



La typologie de la population de Montreuil, ainsi que la recrudescence constatée de l'engagement associatif et citoyen des populations jeunes laissent présager un bel avenir à sa monnaie locale.



*Les billets de «La Pêche»
mis en circulation en 2014*



D - SWOT

A l'issue de nos recherches théoriques, nous avons relevé **des doutes sur les MLC en général, et sur la Pêche en particulier, aussi bien sur des principes juridiques ou économiques** qui les régissent, que des aspects plus pratiques. En effet, nous sentions les questionnements à travers nos lectures des forums, des FàQ, des interviews d'usagers transcrites par la presse (web ou papier), des réflexions suite aux tentatives par certaines municipalités (comme la ville de Sceaux, par exemple) de se lancer dans l'aventure des MLC... D'autre part, nous avons observé combien des associations et des collectivités locales y apportent des réponses argumentées dans un cadre juridique clair (loi sur l'Economie Sociale et Solidaire).

Forts de tous ces arguments et contre-arguments, nous constatons que bien souvent **chaque point de force ou de faiblesse des MLC, avait sa contrepartie**. En d'autres termes, **la plupart des aspects liés aux MLC étaient ambivalents** : on pouvait les voir tout **autant comme une remise en cause que comme raison d'y adhérer ou de les soutenir**. Basculer de l'un à l'autre était souvent une question de perception et de pédagogie.

Aussi, nous avons classé ces points par thèmes, en les mettant en vis-à-vis (quand ils se questionnent ou se répondent) sous la forme d'un SWOT consacré aux MLC, devenant autant de sources d'inspirations pour les questions qui allaient **alimenter nos enquêtes qualitatives sur le terrain**.

A ce SWOT thématique nous avons adjoint une 3e colonne de propositions, d'idées relevées ici ou là, ou issues de notre propre réflexion... qui pourraient, par la suite, être autant d'éventuelles solutions à certains blocages ou bien être autant de pistes de recherche conceptuelle, graphique ou rédactionnelles.

Thèmes	Forces	Faiblesses	Action/proposition/idée pour tirer partie des forces et lutter vs les faiblesses
1. Concept MLC		Méconnaissance du concept de la monnaie locale, incompréhension (pourquoi faire?), confusion (SEL, Bitcoins...)	Fort besoin de pédagogie pour expliquer et éveiller la curiosité
	Impact positif sur l'économie locale (création de richesse) A l'inverse d'autres systèmes d'échange avec lesquels elle est souvent confondue, une monnaie locale fait partie intégrante du système économique (pas défiscalisée) :		
	Le principe de la parité est une garantie	Méfiance contre le risque de dévaluation (certaines MLC adoptent le principe de la fonte : la MLC perd de sa valeur au fil du temps pour dynamiser les échanges)	Garantir la parité 1 unité MLC = 1 euro
	La MLC fait la promotion de l'économie réelle et locale vs la spéculation	Scepticisme sur l'utilité de la MLC (est-ce efficace ?)	Besoin d'informer (avec par exemple un camembert % utilisation de l'argent)
	La MLC implique une identité graphique, une référence culturelle et locale qui la rend ludique.	La MLC a un côté alternatif qui effraie car il s'agit d'argent, un vecteur essentiel de la vie (est-ce bien sérieux ?)	Trouver un équilibre entre un ton ludique et un ton sérieux
2. Monnaie physique	Les billets bénéficient d'une protection technique.	La fiabilité des billets et la lutte contre la contrefaçon est soulevée (est-ce sécurisé ?)	Les billets doivent porter les signes de référence des vrais billets pour inspirer confiance
	Les billets bénéficient d'une image «propre» liée à l'économie solidaire.	Il est obligatoire de posséder des billets sur soi, à l'heure de la dématérialisation de la monnaie.	
3. Utilisateurs	Les billets répondent sans problème aux normes d'accessibilité (déficients visuels)		
	Les utilisateurs ont le sentiment de porter les valeurs de l'engagement et de l'action	Certaines personnes peuvent être rebutées par le côté politique et militant d'une MLC (coloration politique)	Dépolitiser et dédramatiser avec le concept «consomm'acteur»
	La MLC est un moyen de favoriser le commerce de proximité	S'il n'a pas d'intérêt économique évident, la MLC peine à convaincre (qu'y gagnerai-je ?)	Inciter les collecteurs à proposer des actions de promotion, fidélisation clientèle, pour attirer les consomm'acteurs
	MLC repose sur le principe d'échange et entraide, donc une meilleure qualité de vie		
4. Circuit des collecteurs	Liste des commerçants adhérents en expansion, via divers leviers comme l'aide financière de la ville de Montreuil (cf questionnaire adjoind du Maire)	Variété trop restreinte de collecteurs ('esprit dubitatif' du commerçant français qui 'demande à voir' avant de s'engager)	Expansion lente mais sûre (sérénité), qui ne vise pas à supplanter l' Euro (modestie), ni à devenir victime de son propre succès (prudence) argent de poche, bon de la mairie, récompense scolaire
	Les collecteurs adhérents peuvent bénéficier de l'image de la MLC, notamment en terme de qualité		Charte éthique, Avis des consomm'acteur (vers l'asso la pêche)
5. Fonctionnement associatif	Base associative donc favorisant l'humain et le lien social	Base associative donc fragile car dépendante des subventions, des bénévoles et des fondateurs	Importance de fournir des infos pertinentes (portrait des fondateurs, les contacts, le décompte d'argent collecté, distribué, en circulation, le nombre d'adhérents...)
	L'adhésion permet de donner un sentiment de communauté, d'engagement, de citoyenneté	Paradoxe entre l'obligation de l'adhésion et la libre circulation des pêches (éviter tout communautarisme)	Bien garder en tête d'inciter sans exclure
Contexte	Opportunités	Menaces	action/proposition/idée
1. Économique	Crise économique et financière		Profiter de l'envie de «mieux» consommer
		Développement inéluctable des grandes surfaces	Nécessité de résister via l'originalité de certains commerces (bio, recyclerie...)
2. Politique	Volonté des municipalités de développer l'économie locale	Les changements d'orientation politique peuvent remettre en cause l'essor des MLC (par exemple en cas de suppression de subventions diverses en MLC)	Il est nécessaire que l'indépendance de la monnaie soit préservée au maximum (rôle des associations)
	Service civique		
3. Réglementaire	Loi sur l'Economie Sociale et Solidaire (2014)		
4. Technologique	Evolutions technologiques développant les habitudes de monnaie dématérialisées		Pistes de micro paiement, borne interactive et/ou DAB
5. Territorial	Interconnexion potentielle de monnaies à proximité pour créer un réseau de MLC	Mise en concurrence avec d'autres MLC adjacentes : enjeu majeur dans les années à venir (disparition de certaines MLC au profit d'autres)	MLCC à Paris
	Volonté municipale de favoriser les conditions de vie des riverains	Désengagement associatif	

2 - CONCEPT

Les supports de communication de la Pêche restent encore assez basiques. L'association manque clairement de visibilité. La communication de la Pêche se fait notamment physiquement sur des stands éphémères dans Montreuil.

Nous souhaitons proposer un flux continu d'informations sur les actualités de la Pêche d'où l'intérêt d'une webapp, où l'utilisateur pourra consulter n'importe quand et n'importe où les dernières nouveautés sur les professionnels membres.

L'objectif de notre webapp est donc d'augmenter sa visibilité et d'être un réel support de communication car il y a du contenu riche, varié et intéressant. Le concept mérite d'être vu et connu, la Pêche ne gagne qu'à être connue pour être utilisée.



A. Benchmark sectoriel :

1. Applis de géolocalisation

Sous forme de grille d'analyse, nous avons défini un certain nombre de critères et de fonctionnalités qui nous semblent intéressants de considérer pour notre webapp.

Dans la suite de notre analyse, nous avons décidé de les regrouper sous 5 grands critères:

- > **Webmarketing**
- > **Graphisme**
- > **Contenu rédactionnel**
- > **Navigation**
- > **Géolocalisation**

Il s'agit donc de webapp, appli mobile ou site web responsive dont la thématique commune est la géolocalisation et la recommandation d'endroits "green" (ou pas) dans la ville, mais aussi de conseils, sous forme de guide urbain.

* : fonctionnalité existante
 O : fonctionnalité perfectible
 : fonctionnalité inexistante

	La Ruche qui dit Oui	QQF	Equipements Paris	Yes we green	Tripadvisor
WEBMARKETING					
Référencement naturel	*	*	O	O	*
Réf. sponsorisé	*				*
GRAPHISME					
Logo	*	*	*	O	*
Qualité des visuels	*		*	O	O
Qualité du graphisme	O	*	*	*	O
Couleurs	O	*	*	*	O
Typographie	O	*	*	O	O
CONTENU					
Clarté du concept	*	O			
Clarté d'usage	*		*	*	
Parcours utilisateur	*	*	*	*	*
Barre de recherche			*	*	
Filtres de recherches	*	*	*		*
Offre large	*	*		*	*
Historique	*				*
Aide et support					*
Paieement mobile	O				
Processus de paieement					
Intitulé de sections claires	*	O	O	*	*
Fil d'actualité	*	*			
FICHE PRODUIT					
Image	*	O	*	*	*
Description	*	*			*
Origine	*	*			
Contact	*	*	O		*
INTERACTION					
Site statique		*	*		*
Animations / Interactivité					
Site informatif	*	*	O		O
«Like, share, comment»		O		O	*
ESPACE PROFIL					
Mon compte	O		*	*	*
Personnalisation du profil			O	O	*
Accès aux profils des autres utilisateurs				O	O
COMMUNAUTE					
Interagir avec les autres membres					*
Facebook	*	*		O	*
Twitter	*	*		O	*
Instagram	*	*			*
Pinterest	*				*
GEOLOCALISATION					
Localisation des shops	*	*	*	*	*
Traçabilité		O	*		*
Carte interactive	O	O	*	O	*

2. Sites web / applis de monnaies locales

Nous avons ensuite analysé les sites et webapp de monnaies locales complémentaires déjà existantes et les avons analysés suivants les mêmes critères:

- > **Webmarketing**
- > **Graphisme**
- > **Contenu rédactionnel**
- > **Navigation**
- > **Géolocalisation**

Pour ses concurrents, la problématique étant la même, nous avons eu un angle d'approche différent et nous avons souhaité analyser la façon dont ils ont résolu cette problématique et ainsi relever leurs "best et worst practices".

L'Abeille

Un parfait exemple d'inspiration en terme de contenu intellectuel (mais pas pédagogique) et un parfait contre-exemple au niveau de l'architecture et de la mise en forme. Des gens passionnés qui ont produit un site inaccessible au néophyte.

URL: <http://agirpourlevivant.org/> (MLC l'Abeille peu explicite dans l'URL)

Kezako ?

site de l'association qui gère les Abeilles (MLC du Lot-et-Garonne autour de Villeneuve-sur-Lot)
Responsive? design non Responsive



Webmarketing :

Référencement naturel peu développé (pas évident sur Google), pas de visibilité sur les réseaux sociaux.

Graphisme :

Le site est mal conçu, mal architecturé, mal illustré. Le site manque de visuels, d'images.

Contenu :

Le contenu est très bien expliqué, intellectuel, intéressant.

Utilisation :

Navigation difficile, pas intuitive.

Géolocalisation :

Carte non interactive, qui sort du viewport, difficile à trouver.



Best practice :

On y décele un contenu alimenté par des gens documentés et passionnés mais desservi par une esthétique amateur (couleur, texture, graphisme, typo, logo...) et une ergonomie inexistante (site non responsive, buggé, carte non interactive...). Les informations conceptuelles sont détaillées, longues (trop), riches, argumentées, articulées...

Worst practice :

On finit par être lassé et perdu. Le tout est encore plus indigeste car aucune illustration/diagramme pour appuyer les arguments ; et aucune recherche typographique pour hiérarchiser et clarifier le texte.

La Gonette

URL: <http://www.lagonette.org/>

Kezako ?

site de l'association qui gère la Gonetette

Responsive? un CMS qui gère un site responsive mais sans optimisation pour les mobiles

Webmarketing:

Référencement naturel (pas d'Ad-words), présence sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter) et régulièrement mis à jour.

Graphisme :

Joyeux, effort visuel avec des boutons et des liens évidents. Cependant, incohérence des couleurs sur la carte interactive.

Contenu :

Informations complètes (plus que La Pêche), abonnements newsletters, agenda renseigné avec recherches, et blog sous forme de pages de «vignettes» qui invite chacune à lire l'article entier (Lire la suite...) qui est souvent complet, riche en photos. Contenu filtré par catégories

Géolocalisation : accès directe et visible sur la carte interactive.



Best practice :

Contenu très riche (comparé à La Pêche), le graphisme est aussi plus joyeux et plus intuitif.

Worst practice :

Peut-être trop de catégories, l'architecture des informations à améliorer, ainsi qu'une incohérence des couleurs sur la carte interactive.

URL: <https://sonantes.fr/>

Kezako?

la monnaie locale de la région de Nantes destinée au particuliers et professionnels afin de dynamiser l'économie locale.

Responsive?

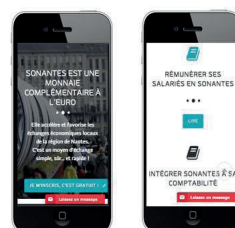
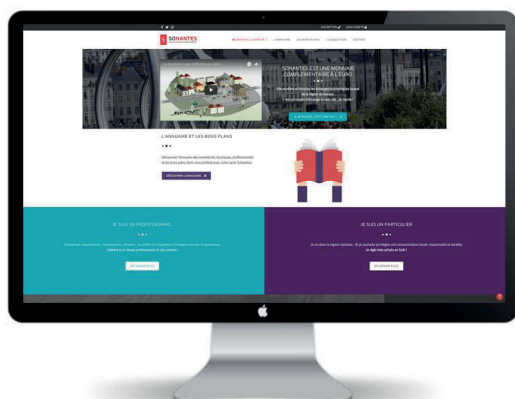
Webapp

Webmarketing : Référencement naturel (pas d'Adwords), présence sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram) et régulièrement mis à jour.

Graphisme : Graphisme est clair, minimaliste mais privilégie bien l'information et l'efficacité. Mais un côté un peu trop corporate, on a ressenti d'univers bancaire => très froid, manque de convivialité

Contenu : architecture logique, navigation logique, bonne hiérarchisation des informations. On a le sentiment qu'ils ont devancé toutes les questions et pensé à tout !

Géolocalisation : Carte interactive avec peu de couleurs, un peu froide. Barre de recherche intuitive et filtres de recherches. On peut aussi filtrer par proximité, ce qui rend la requête simple, rapide et efficace.



Best practice :

Contenu très riche (comparé à La Pêche), le graphisme est aussi plus joyeux et plus intuitif.

Worst practice :

Graphisme est trop sérieux, "corporate", peut-être trop orienté business et moins éco-citoyenneté.

SYNTHÈSE

NOS INDISPENSABLES :

Un contenu rédactionnel simple et efficace comme celui privilégié par La Gonette nous paraît indispensable pour expliquer aux utilisateurs un concept qui peut paraître compliqué, rebutant (la monnaie locale, l'argent, les marchés financiers).

Pour le côté technique et référencement/visibilité, TripAdvisor est notre meilleur exemple par **la rapidité et l'efficacité de sa carte interactive** (sans bugs) et par sa communauté et l'interaction de ses membres

BEST PRACTICE :

- **Expliquer le concept de monnaie locale** avec des visuels simples et ludiques, telle que la vidéo de SoNantes ou des infographies de QQF.
- **Une fluidité** comme sur La Ruche qui dit Oui rend l'expérience agréable. S'inspirer de la simplicité de ParisConnect pour ne pas trop charger l'utilisateur d'informations peu nécessaires.
- **Un agenda mis à jour**, des newsletter comme La Gonette pour fidéliser l'utilisateur et crée une certaine "complicité".

WORST PRACTICE :

- **Un contenu trop chargé**, trop d'explications comme sur le site actuel de La Pêche (qui rend la navigation trop difficile par trop de liens externes).
- **Une carte interactive non optimisée** comme sur l'Abeille.
- **Trop de codes couleurs**, ce qui rend la navigation difficile, peu pertinente.
- **Un contenu trop sérieux**, trop "corporate" peut aussi refroidir l'utilisateur.

3 – PROPOSITION CONCEPTUELLE

A – Notre positionnement

1. Le concept

Notre objectif est de **promouvoir la monnaie locale de Montreuil** et de renforcer le lien social entre particuliers et professionnels.

Notre webapp se place donc du côté citoyen, en accordant également une grande importance aux commerçants membres (promotions, événements). En effet, développer la vie marchande autour de la monnaie locale est primordial (pour assurer le bon fonctionnement de l'éco-système) même si le ton de notre webapp demeure imprégné de la dimension sociale et solidaire.

Pour cela, nous voulons donner **un aspect ludique, convivial et “fun”** à l'expérience utilisateur. Nous optons pour un **site collaboratif** (en opposition au site purement informatif) afin que que **l'utilisateur puisse commenter, partager, interagir avec les autres utilisateurs de la monnaie locale.**

2. Notre cible

Notre cible regroupe tous les utilisateurs (existants et potentiels) de la monnaie locale de Montreuil, qu'ils soient particuliers ou professionnels.

Montreuil étant notre “territoire test”, à terme, **nous souhaiterions étendre notre webapp aux autres monnaies locales** complémentaires d'autres villes, pour qu'ainsi tous les utilisateurs de monnaie locale puissent bénéficier des services de notre webapp.

3. Valeurs

Au travers de notre web app, nous voulons mettre en valeur **les professionnels participant à l'éco-système de la Pêche et renforcer le lien entre particuliers (client) et professionnels (commerçant)**. Nous souhaitons ainsi promouvoir les producteurs locaux de Montreuil soucieux d'une économie plus respectueuse de l'humain et de la nature.

4. Nom

Le nom choisi, **soMYNT**, est porteur de sens pour notre projet de web app autour de la monnaie locale.

D'abord parce qu'il signifie monnaie en islandais, pays à la pointe de l'Europe en matière d'écologie et de croissance verte, après la banqueroute de 2008.

Ensuite, parce qu'il se rapproche du mot MINT en anglais, qui évoque bien évidemment la menthe avec toute la sémantique qui en découle - la fraîcheur, le vert, les plantes - mais aussi le Royal Mint, l'Hôtel des Monnaies, chargé de la frappe de la monnaie anglaise en circulation.

Enfin, il s'agit de l'acronyme de MY New Trade, qui reflète les nouvelles formes d'échange de l'ère 2.0.

Le «so» de soMYNT :

So signifie «tellement» en anglais.

so mint en anglais signifierait : tellement «en parfait état», tellement «comme neuf»... (in mint condition).

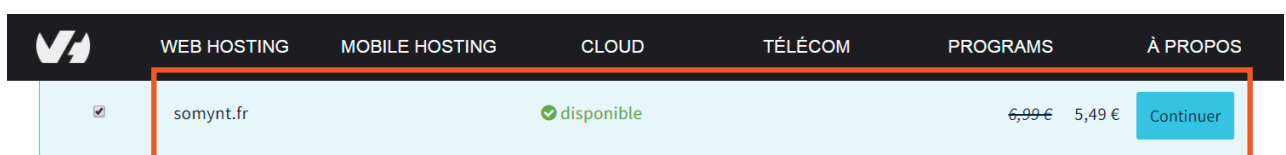
On peut aussi y voir une allusion aux mots «social» et «solidarité».

La baseline **LES FRAIS-MONNAYEURS** est bien sûr un clin d'oeil au célèbre ouvrage Les Faux-Monnayeurs d'André Gide, un roman de 1925 qui tient sa particularité à sa construction très complexe, loin de la narration linéaire, avec un enchevêtrement d'intrigues, de points de vue et de genres narratifs. Exactement comme nous imaginons la circulation de la monnaie locale sur un territoire donné, passant librement de professionnels à particuliers.

Au delà de cette référence littéraire un peu pointue, nous plaçons les frais-monnayeurs en opposition aux faux-monnayeurs qui tentent d'imiter les billets dans un but d'enrichissement individuel : **tout en conservant ce même sens de la débrouille, ce brin d'impertinence, et ce goût certain pour les chemins alternatifs, les frais-monnayeurs utilisent eux en toute légalité une monnaie complémentaire reconnue par les pouvoirs publics, dont la vocation est l'enrichissement collectif d'une communauté locale.** Par ailleurs, nous jouons sur la consonnance FRAIS/VRAI.

Enfin, nous faisons écho à la sémantique évoquée plus haut autour de la fraîcheur, avec en arrière-plan le commerce de produits équitables, bio, éthiques.

5. Nom de domaine



	WEB HOSTING	MOBILE HOSTING	CLOUD	TÉLÉCOM	PROGRAMS	À PROPOS
<input checked="" type="checkbox"/>	somynt.fr		✓ disponible		6,99€ 5,49 €	Continuer

Complétez avec d'autres extensions ou les promotions du moment

Domaines	Statut	Prix (HT)
<input type="checkbox"/> somynt.ovh	✓ disponible	2,99€ 0,99 €
<input type="checkbox"/> somynt.com	✓ disponible	9,99€ 7,99 €
<input type="checkbox"/> somynt.be	✓ disponible	6,99€ 2,99 €
<input type="checkbox"/> somynt.eu	✓ disponible	6,99€ 4,99 €
<input type="checkbox"/> somynt.org	✓ disponible	11,99€ 11,49 €

4 - CONCEPTION UX

A - Synthèse des questionnaires qualitatifs

1. Les particuliers

Les jeunes (14 - 25 ans)

Ces jeunes citoyens ont été interrogés dans le cadre cosy du café-restaurant équitable et bio «La Fabu», situé au 1er étage du cinéma «Le Melies» et qui accepte d'ailleurs la Pêche.

Didier, 17 ans lycéen,

Peu concerné par l'éco-responsabilité et l'esprit citoyen. Peu intéressé par le concept de monnaie locale. **Par contre très utilisateur de réseaux sociaux (FB, Tw, Instagram et plusieurs autres), le sujet l'a beaucoup plus intéressé dès dès qu'on a parlé «appli».**

Léa, 25 ans, jeune active

Léa est jeune active, très sensible aux enjeux environnementaux et à la protection du littoral (membre de surfrider foundation), elle est aussi très intéressée par les avancées technologiques. **Si une monnaie locale existait dans sa commune (Bordeaux), elle l'utiliserait.** Réticente aux notifications push et au système de commentaires (mais pas les notes).

Nassima, 24 ans

N'étant pas de Montreuil, elle n'a pas réfléchi à ce qu'elle pourrait faire des billets, à part l'envie de les montrer à ses amis. La webapp pourrait lui donner des idées d'achat ou de dons. Si elle est conquise par le concept, **elle est critique sur les possibilités de retrait trop retraits en terme de localisation et d'horaires.** D'autant qu'elle a relevé des erreurs concernant les comptoirs d'échange.

Elise, 21 ans, étudiante en sociologie

Elle est sensible à la vie associative et citoyenne et se sent proche de la cause écologique même si elle reconnaît ne pas y consacrer assez de temps et d'énergie dans sa vie quotidienne. Elle apprécie beaucoup le concept de monnaie locale, trouve les billets très sympas et lisibles et est **très enthousiaste à l'idée d'une appli en faisant la promotion** : géolocalisation et paiement sécurisé en ligne pour de petites sommes dans un premier temps.

Léo, 14 ans, collégien

Fier représentant d'une génération technophile et nomade (consoles et téléphone portables), il aimerait bien arpenter Montreuil qu'il connaît bien à la recherche de boutiques, de «trésors» (BD, mangas, jeux vidéo...) difficiles à trouver ou bien pour bénéficier d'une remise. **Il aimerait que cette webapp soit associé à la vie de quartiers : événements sportifs, culturels, festifs de la ville, des associations ou des commerçants...**

Les actifs (30 - 60 ans)

Florian, 40 ans, chef de projet

Il travaille à Montreuil mais n'y habite pas. Il a découvert la pêche par hasard en faisant la queue à la caisse des 'Nouveaux Robinsons'. Il est très intéressé par le concept. «Il faut que ça prenne de l'ampleur.»

Gwenola, 35 ans, designer

Gwenola fabrique des lampes pour le compte d'une artiste/designer, de chez elle ou en atelier. Elle se sent concernée par le bien-être de ses semblables et elle est prête à faire un effort pour la pêche, pour le 'fabriqué en France' «c'est bon pour l'emploi, l'environnement et le social».

Surprise de n'être pas mieux informée par sa municipalité.

Isadora, 45 ans, styliste

Elle estime n'avoir pas besoin de monnaie locale car elle a déjà adopté le comportement responsable recherché à travers la création d'une MLC. L'utilisation de la Pêche est vue comme une contrainte. Elle n'utilise les réseaux sociaux que pour raisons professionnelles mais elle soutient l'initiative.

Emmanuelle, 42 ans, assistante sociale

Emmanuelle privilégie les contacts humains. Elle garde une réserve vis-à-vis des réseaux sociaux et du monde connecté mais le concept de MLC lui plaît pour des raisons sociales et écologiques ainsi qu'un bon moyen pédagogique pour les enfants. Sur une appli, elle aimerait trouver des infos culturelles ainsi qu'une information sur le volume de pêches en circulation.

David, 38 ans, graphiste

très enthousiaste pour l'alternatif et voudrait pouvoir utiliser une monnaie locale au quotidien, partout tout le temps, surtout pour sortir du système bancaire. Il trouve que l'appli devrait favoriser en dehors de la pêche le lien social, l'entraide (non rémunérée).

Sylvain, 40 ans, cadre

Il pourrait utiliser la pêche à condition qu'elle soit virtuelle sur un système très sécurisé et complètement transparent. Voudrait localiser toutes les pêches à l'instant t. Etonné de ne pas être plus informé sur quelque chose qui lui semble assez important.

Guy, 60 ans, plasticien

Peur d'un gadget de bobo écolo : un signe de démarcation, d'appartenance à un groupe en circuit fermé, un peu sectaire, un peu technophobe... qui exclut les couches les plus populaires, à l'image de l'art contemporain qui a voulu populariser l'art tout en transformant le milieu artistique en un cercle élitiste, coupé du peuple. Pourquoi les gens vont se procurer cela si ce n'est pas pratique et si on n'y gagne rien ?



2. Les professionnels

Bio C bon (n'accepte pas la Pêche)

Concurrent direct des Nouveaux Robinsons, **membre d'une chaîne de distribution et donc pas maître de toutes ses décisions, malgré les convictions citoyennes des dirigeants.** Le magasin est sensible à la production locale, permet même à des producteurs locaux de venir promouvoir leurs produits dans le magasin, mais n'a pas le droit d'en faire la publicité en vitrine pour ne pas faire de tort aux produits distribués par la centrale d'achat. **On note une contradiction entre la conviction profonde propre aux acteurs du bio et le statut de magasin de chaîne** pas toujours libre de ses mouvements.

Librairie Folie d'Encre» à Montreuil (accepte la Pêche)

Sensible au lien de proximité et organise très régulièrement des animations (accueils d'écrivains reconnus ou locaux). **Elle a accepté la Pêche dès la création de celle-ci par conviction sociale mais ne souhaite pas que son usage apporte des contraintes supplémentaires.** Une appli, pourquoi pas, car elle peut aider à promouvoir son commerce.

La collecterie, Montreuil (accepte la Pêche)

Leur modèle est de **créer un vrai écosystème allant de la récupération, restauration/réparation, design/création et la vente.**

Les buts sont divers : réduire les déchets/ encombrants, créer des emplois (ils sont passé de 3 à 23 salariés), insertion professionnelle, proposer à moins cher des objets, meubles, livres... dans un esprit des circuits courts et locaux. Donc la MLC colle à leurs concepts.

«Les Nouveaux Robinsons, Montreuil (accepte la Pêche)

Installé à Montreuil depuis 1993 et **accueillant un comptoir de change tous les vendredi soir de 18h à 19h depuis 18 mois, il est le premier collecteur de la Pêche.** A l'instar des monnaies locales existant depuis plus de 20 ans aux Pays-bas et en Allemagne, **la motivation est sociale, écologique et incitative, sans être militante, et n'a pas de but commercial.** Dans le magasin où tous les produits sont bios. On y trouve aussi une collecte de vêtements solidaire. Les utilisateurs viennent changer leurs euros le vendredi et s'en servent dans le magasin au cours de la semaine => très pratique. La comptabilité de la Pêche est organisée sur l'ancien circuit Monéo («le porte-monnaie électronique», projet arrêté en 2015 par manque de succès). La transaction de pêches par smartphone ne serait pas une contrainte.

Bar-restaurant «La Fabu», Montreuil (accepte la Pêche)

Le restaurant «la Fabu» au 1er étage du cinéma «Le Melies» est un lieu de rencontre agréable.

Le patron a un passé de militant associatif, a ouvert une des premières amap du 93, **il soutient la monnaie locale car elle est en adéquation avec ses idéaux à condition qu'elle ne reste pas qu'un petit réseau élitiste.** Il faut donc sensibiliser les populations qui n'ont pas accès à l'information. Une appli : pourquoi pas, **elle peut aider à promouvoir son commerce grâce à la géolocalisation, et qu'on puisse y faire des réservations.**

Boucherie Centre commercial Croix de Chavaux (n'accepte la Pêche)

Commerce traditionnel «de qualité», assailli par les contraintes de la vie moderne (impôts, **numérisation des transactions...**). La Pêche et une appli sur la monnaie locale est **vue comme un mouvement associatif contraignant et un peu prosélyte** (obligé de rendre des comptes...) ainsi qu'une numérisation de la vie associé à une perte de liberté.



3. L'asso «La Pêche et la municipalité de Montreuil

Compte rendu d'entretien avec Yves Miramont, collaborateur de M. Dufriche, 1er adjoint.

C'est la municipalité qui est à l'origine du projet de création d'une monnaie locale. Il s'agit au départ d'une volonté politique de Dominique Voynet qui a initialisé le projet dès 2009. La ville a aidé financièrement au démarrage de la Pêche à hauteur de 50 000 euros.

la municipalité a voté une subvention pour aider à la Pêche à obtenir de la visibilité lors du sommet citoyen pour le climat organisé à Montreuil parallèlement à la COP21.

" il faut inonder le marché pour que ça prenne, dixit M. Miramont.

La ville de Montreuil bénéficie d'**un terrain très fertile** pour une initiative comme la création d'une m.l.c : il y a près de **5000 emplois directs dans le secteur de l'ESS, issus de 500 structures existantes.** Les retombées pour l'instant sont très limitées et l'idée d'une appli est déjà à l'étude pour favoriser le développement de la MLC.

Compte-rendu des entretiens avec les bénévoles de l'association «La Pêche»

Les bénévoles se composent de particuliers ainsi que de jeunes effectuant leur service civique durant six mois. Ils déploient beaucoup d'énergie pour faire avancer les choses mais la tâche est immense :

- démarcher les commerçants
- trouver de nouveaux utilisateurs
- rester en contact avec la municipalité
- récolter les pêches auprès des collecteurs et les compter
- animer les comptoirs de change
- trouver de nouvelles solutions pour impliquer davantage les utilisateurs
- veiller à ce que les commerçants acceptant la pêche jouent le jeu et maintiennent un niveau de qualité acceptable pour valoriser le réseau...

Tous les 6 mois, une rencontre avec les différentes assos responsables de monnaies locales est organisée.

L'idée d'une appli promouvant la Pêche serait la bienvenue.



B - Personas et parcours utilisateurs

1. Gwenola

Gwenola, mère de famille habite le XX^e arrondissement. Elle travaille en tant que chef de projet chez Ubisoft à Montreuil, à côté des 'Nouveaux Robinsons' où elle achète bio. Elle aime le concept de MLC pour son aspect éco-responsable, et le vit comme une sorte de label. Elle se sent en confiance chez les commerçants adhérents au réseau. Son parcours raconte une journée type à 6 mois d'intervalle, d'abord sans webapp puis avec.

2 Quentin

Un jeune actif s'installant à Montreuil pour son premier emploi comme infirmier à l'hôpital André Grégoire. Concerné par l'avenir de la planète et l'esprit citoyen, il trouve dans l'appli le moyen de trouver des bons plans (objets recyclés...) mais surtout de se faire des relations parmi un groupe social avec qui il partage les valeurs de la nouvelle économie. Nous découvrons avec lui la web app lors de sa première utilisation de la monnaie locale.

3. Fabien

Fabien est un converti de la première heure de la Pêche, et s'accommode des défauts de celle-ci. La web app lui apporte un service supplémentaire et un confort d'utilisation non négligeable, mais non essentiel.

4. Saïda

Depuis plusieurs années, Saïda dirige un restaurant, situé à Montreuil. Elle s'efforce, au quotidien, de tisser avec ses clients des relations de confiance et d'échange. Son établissement fait partie du réseau de professionnels qui acceptent les Pêches comme moyen de paiement. Elle aimerait une webapp qui soit un outil efficace et rapide de communication et de promotion de son commerce. Ceci pour concilier des objectifs économiques et les valeurs qu'elle défend : un entrepreneur a aussi une responsabilité sociale et environnementale forte.

Gwenola est chef de projet chez Ubisoft à Montreuil, mais habite le XX^e arrondissement. Mère de deux enfants, 8 et 11 ans, elle a toujours l'impression de manquer de temps. Suite à des problèmes de santé importants et répétés dans son entourage, elle s'est sensibilisée aux produits bio et à l'éco-développement, même si le côté alternatif baba-cool la rebute un peu. Elle le fait à fond. Elle a entendu parler de la pêche par hasard, en se rendant un soir après le travail aux Nouveaux Robinsons. Elle trouve le concept super et a changé 200€ en pêches.



38 ans - divorcée - en couple - habite Paris



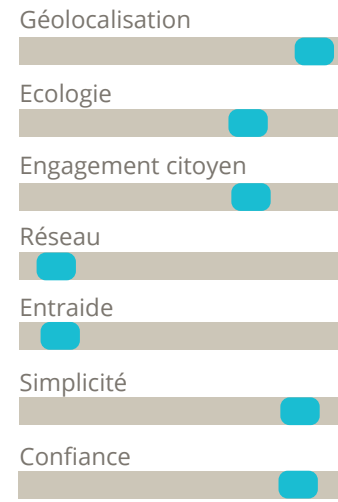
- J'ai du mal à m'identifier au réseau de la pêche
- Je trouve la liste des commerçants très courte
- Je ne connais pas Montreuil comme ma poche



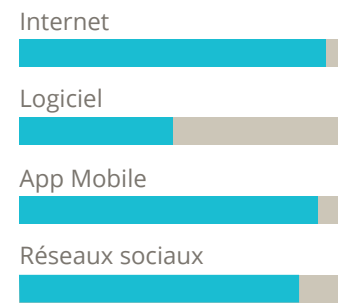
“J’ai du mal avec le côté amateur de certaines bonnes idées.”

- Qualité
- Proximité
- Dépenser mon argent dans des lieux de confiance
- m’informer et m’organiser
- Prendre le train quand il démarre

Attentes



Technologie





Youpi !



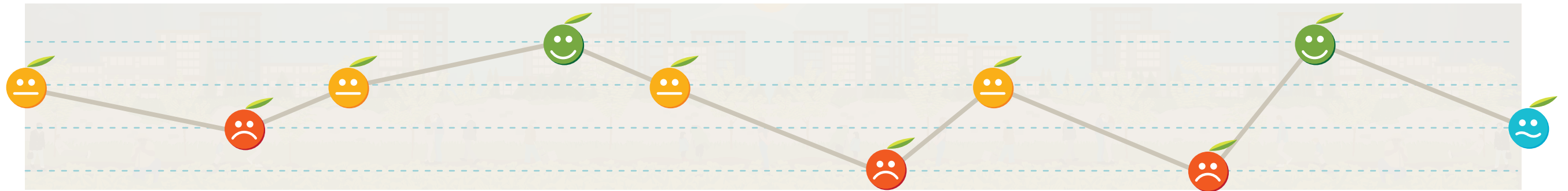
ça va



bof bof...

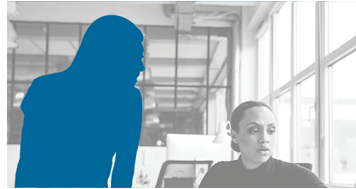


grrrr...



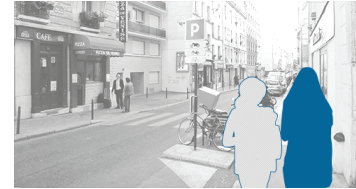
Gwenola s'apprête à partir de chez elle et cherche la liste-papier des commerçants qui prennent la pêche. Elle en a changé 'trop' d'un coup, elle n'arrive pas à les dépenser. Elle ne la trouve pas, elle a peur de prendre du retard, elle verra au bureau.

> Elle ne sait plus où elle a mis ce fichu papier et se demande si elle n'a pas un Alzheimer précoce...
Contrariée



Chez Ubi elle parle de son problème pour dépenser les pêches à Laetitia une collègue. Laetitia trouve l'idée d'une monnaie locale rigolote et le côté un peu novateur la séduit. Elles consultent toutes les deux le site la pêche.fr, et discutent du principe. Elles iront déjeuner ensemble dans un restaurant qui prend la pêche.

> Vraiment bien cette idée de monnaie locale, super que ça lui donne l'occasion de déjeuner avec Laetitia.
Enjouée



Trouver un restaurant sur le site n'est pas facile en fait. Les sites collecteurs sont localisés sur une carte mais les restaurants ne sont pas indiqués et elle se rend compte qu'elle ne peut pas sélectionner un thème. Elle finit par noter une adresse dans son google map. C'est plus loin que ce qu'elle pensait.

> Le flop, le site la Pêche, dommage dix minutes de perdues juste avant une revue projet ça fait beaucoup.
Blasée



Gwenola a trouvé sur le site un fleuriste eco-responsable et voudrait choisir un bouquet à offrir pour un anniversaire. Elle n'a pas la possibilité de commander quelque chose en ligne. Elle passe sur Interflora.

> Commence à douter de pouvoir dépenser un jour ses pêches.
Peut-être est-ce réservé aux gens qui ont beaucoup de temps.
Dubitative



Gwenola a repéré un magasin bio entre son travail et le métro, c'est là qu'elle achètera son lait de riz pour demain matin. Une fois arrivée à la caisse elle réalise que le magasin n'est pas adhérent au réseau de la monnaie locale.

> Elle va envoyer un mail à l'association la pêche pour leur dire que c'est dommage de ne pas avoir plus de commerçants dans le réseau.
Étonnée

8:30 - chez Gwenola

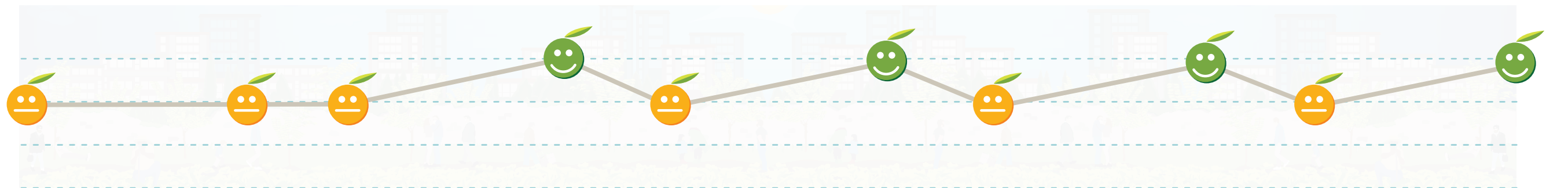
10:00 - au bureau

12:55 - avant de partir déjeuner

15:00 - au bureau

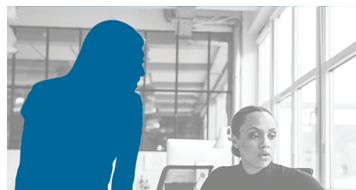
18:50 - en quittant Ubisoft

6 mois + tard, avec Mynt



Gwenola s'apprête à partir de chez elle et vérifie combien il lui reste de pêches dans son porte-monnaie.

> 98 pêches : ok
smartphone : ok
Conquérante (mais ça reste le matin)



Au bureau elle conseille aux collègues qu'elle a convertis à la monnaie locale, d'installer sur le deck de leur smartphone l'appli soMYNT.

> Après des débuts chaotiques sans appli, elle est heureuse d'avoir la webapp en soutien quand elle parle monnaie locale.
Convaincante



Dans la liste thématique elle sélectionne 'bars & restaurants' et la webApp lui affiche tous les restaurants ouverts collecteurs de pêches. Elle en sélectionne un, le plus proche.

> Bah voilà, en 30 secondes c'est fait.
Top.
Efficace



Gwenola a trouvé avec la webapp des lieux étonnants dont une recyclerie. Elle va y passer, elle a repéré hier quelques petites choses qui seront pas mal pour Noël.

> Elle s'organise de mieux en mieux pour faire vivre le réseau de la monnaie locale. Elle a changé quelques habitudes et se sent plus investie dans l'écoresponsabilité.
Sereine



Dès qu'elle le peut Gwenola essaie de convertir ses commerçants préférés à la pêche. Elle utilise la fonctionnalité prévue pour avertir l'association, elle aimerait beaucoup que ça 'prenne' dans le XXè.

> Gwenola est heureuse de participer à son niveau à un cycle vertueux. Elle ne se sent plus exclue du domaine eco-associatif.
Elle insiste auprès de son CE pour qu'ils distribuent de la MLC.
Fière

Jeune infirmier diplômé, Quentin a trouvé son premier poste à l'hôpital de Montreuil, où il vient de s'installer.

C'est un être équilibré qui a appris précocement à gérer sa vie ainsi que sa carrière avec maturité et bon sens. Il est très concerné par les enjeux écologiques et sociaux du 21e siècle.

Il aime :

- les sports de plein air
- la bonne bouffe
- sortir avec ses amis
- rencontrer des personnes qui, comme lui se reconnaissent dans les valeurs de la nouvelle économie.



- Le manque de communication autour de la Pêche
- ne pas pouvoir payer avec son smartphone

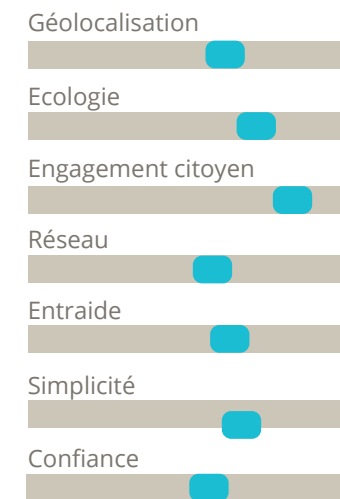


23 ans - en couple - habite Bd Aristide Briand, Montreuil, 93

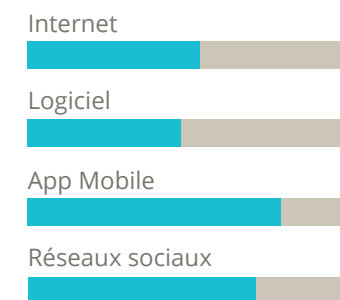


- Trouver facilement les "bons plans" du réseau monnaie locale
- se créer des liens de proximité
- devenir acteur de la nouvelle économie

Attentes



Technologie



"le mobile est un outil pour animer ma vie sociale"



Youpi !



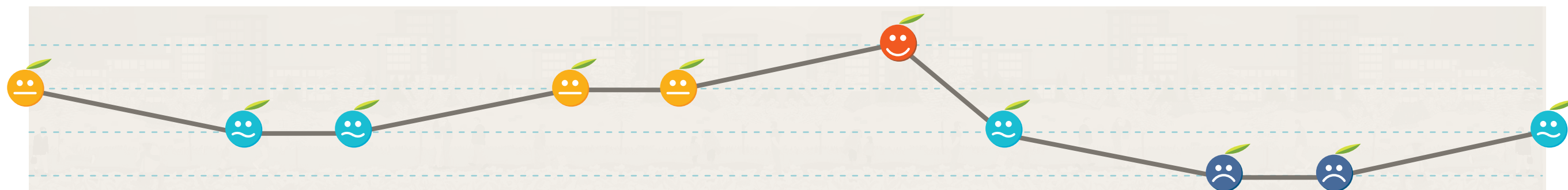
ça va



bof bof...



grrrr...



arrivée

Jeune diplômé, Quentin vient d'emménager à Montreuil après avoir décroché son premier emploi comme infirmier à l'hôpital André Grégoire. Il ne connaît ni la ville, ni ses habitants et est à la recherche d'infos pratiques pour s'organiser ainsi qu'à se faire des relations.

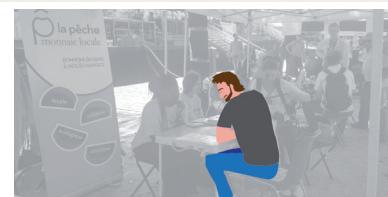
> Il est excité à l'idée qu'une nouvelle vie commence mais se sent un peu seul pour l'instant...



contact avec la monnaie locale

Après une séance de cinéma un samedi après-midi au Méliès, son attention est captée par un stand tenu par trois jeunes gens. Il découvre l'existence d'une monnaie locale montreuilloise, concept qu'il a découvert grâce au film "Demain". Ce film l'a conforté dans l'idée qu'un avenir meilleur passera par une évolution des comportements individuels dans les rapports sociaux et environnementaux.

> Il se sent en harmonie avec cette vision qu'il pratique naturellement au quotidien.



prise de conscience citoyenne

Souhaitant à son tour devenir acteur social et responsable au quotidien, il convertit une vingtaine d'euros en Pêches pour tester le concept. Il est décidé à être dorénavant plus regardant sur la qualité et la provenance des produits qu'il consomme.

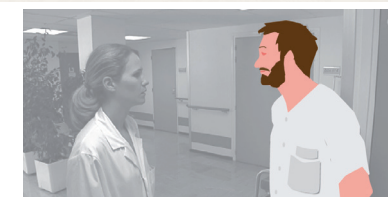
> Il est aussi satisfait de rencontrer des gens partageant son point de vue et se sent moins seul.



essai de la monnaie locale

le lundi suivant, en sortant de son travail, il décide de faire quelques courses avant de rentrer. Malheureusement, il a oublié chez lui le dépliant avec la liste des commerces collecteurs de pêches et celle présente sur le site de l'association n'est pas lisible. Il s'arrête donc faire ses courses dans le supermarché le plus proche.

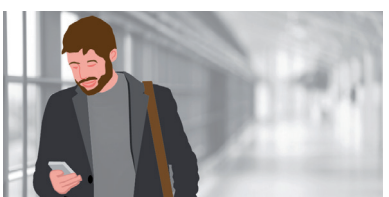
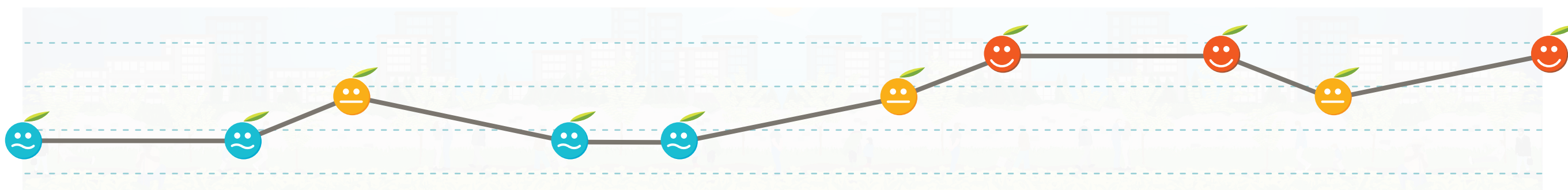
> Sa première expérience avec une monnaie locale s'avère décevante.



découverte de la web app

Plusieurs jours passent. Alors qu'il discute avec un patient commerçant à Montreuil, il apprend l'existence d'une webapp mettant en relation les utilisateurs et géolocalisant les collecteurs de pêches. "C'est exactement ce qu'il me faut", se dit-il.

> De nature enthousiaste et persévérante, il demande à voir ce que vaut cette appli qui attise sa curiosité.



installation de la web app

Il installe donc l'appli sur son smartphone android et décide de l'utiliser le jour même après ses heures de travail. Souvent en horaires décalés, il sort du travail à 15h30.

> L'idée d'une webapp le séduit, soucieux de persévérer dans sa démarche eco-responsable.



première expérience

Après avoir rapidement parcouru l'explication du concept de MLC ainsi que la présentation de l'appli, Quentin clique sur "alimentation" dans le menu. S'affiche alors une carte avec points de géolocalisation de deux couleurs : lieux actuellement ouverts (vert) et lieux fermés (orange) ainsi que sa propre position. Il clique sur le map pin vert le plus proche de sa position à cet instant.

> Il apprécie la facilité que lui procure cette appli par rapport à la liste papier données par l'asso..



découverte des fonctionnalités

S'affiche alors l'info suivante : "La Conquête du Pain"
Adresse : 47 Rue de la Beaune, 93100 Montreuil
Téléphone : 01 83 74 62 35
Horaires : Fermeture imminente · 08:00-16:00
suivi du bouton "+ d'infos". Il clique.

> Sa première impression sur l'appli est plutôt bonne. Il continue son exploration.



approfondissement de l'utilisation

Une fenêtre popup s'ouvre sur une présentation : "Boulangerie bio autogérée. propose pains, viennoiseries et pâtisseries façonnés à la main." Il y a aussi une photo Google Street et quelques visuels produits. Il remarque le lien "passez commande".

> Quentin remarque que l'appli n'est pas qu'une simple géolocalisation de services. Elle lui permet d'entrer en contact avec les services proposés.



réutilisation de la web app

Après être passé acheter son pain bio, Quentin rentre enfin chez lui. Il explore à nouveau tranquillement cette nouvelle appli et découvre d'autres fonctions comme l'ouverture d'un compte qui lui permet d'entrer en contact avec les autres utilisateurs.

> Il a le sentiment de découvrir un réseau de personnes actives partageant ses convictions et a envie d'en faire partie. Il sent que cette appli l'aidera à créer son propre réseau de relations tout en favorisant les circuits courts et la consommation responsable.

Fabien est un père de famille Montreuillois qui adore sa ville, depuis qu'il s'y est installé il y a 15 ans. Il fait partie des premiers utilisateurs de la Pêche, et ne cesse d'en faire la promotion dans son entourage.

Avec son épouse, ils ont même décidé de donner à leurs enfants de l'argent de poche en Pêches. Ainsi, ils gardent un oeil sur leurs dépenses en sachant qu'ils utiliseront leur "monnaie" dans des commerces responsables, tout en dissuadant les potentiels voleurs. Les enfants sont ravis car cette monnaie ludique est un peu la leur, leur permettant une transition entre l'enfance et le monde des adultes.



45 ans - marié à Marie, père de 2 enfants, Romain (10 ans) et Thibault (8 ans) habite à Montreuil, 93

sa vie

chaleureux

à la recherche de bonnes affaires

ses attentes

- Préserver le commerce local et la vie de quartier
- Consommer des produits sains (bio, peu transformés)
- Etre un exemple pour ses enfants



patient

Aime cuisiner des produits frais

sportif

technophile

manuel



Fabien S.

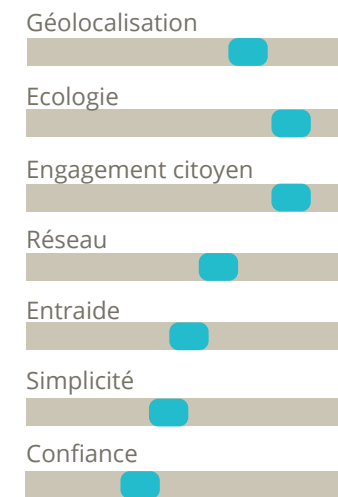
optimiste

"il est important pour moi de transmettre à mes enfants la valeur des choses"

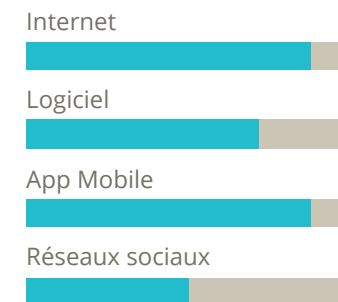
ses frustrations

- Estime que la Pêche n'est pas assez connue des Montreuillois
- Aimerais pouvoir utiliser ses Pêches dans le 11ème où il travaille
- Souhaiterait davantage d'informations sur la circulation des Pêches

Attentes



Technologie





Youpi!



ça va

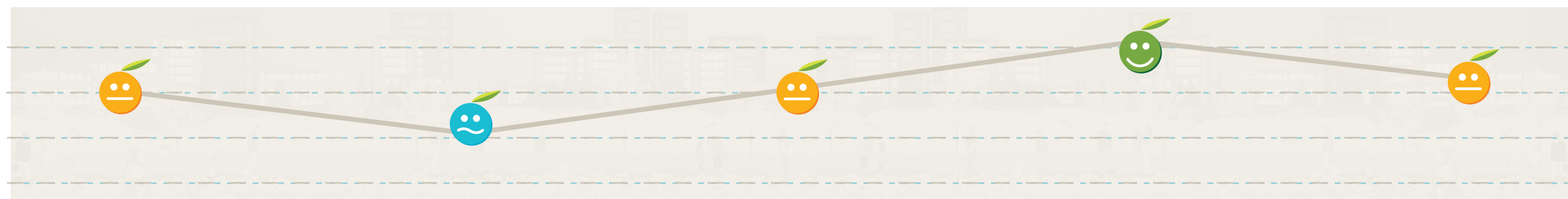


bof bof...



grrrr...

Ressenti



17H : Sortie de l'école

Fabien a terminé sa journée, préparé sa classe pour le lendemain et échangé quelques mots avec son collègue. Il aimerait aller acheter des épinards frais et un pot de crème fraîche au Naturalia Voltaire à côté de l'école.



17H10 : Besoin

Il se rappelle juste qu'il lui reste 20 pêches en poche et qu'il faut donc plutôt aller faire ses courses aux Nouveaux Robinsons à Montreuil.

> Fabien prend son smartphone et vérifie juste par acquis de conscience que le Naturalia Voltaire ne prend pas les Pêches. Comme il s'y attendait, ce n'est pas le cas, alors que certaines boutiques en dehors de Montreuil ont déjà commencé à s'ouvrir à cette MLC. C'est le cas de la librairie Quilombo, dans le 11e, près de l'école, qu'il a eu le plaisir de découvrir sur sa web app.



17H30 : visite d'une boutique du 11e

Après un temps d'hésitation, il décide de se rendre tout de même dans le magasin acheter ses produits. L'accueil est très bon, et Fabien en profite pour parler de la Pêche et de la possibilité pour les commerçants proches de Montreuil d'y adhérer.

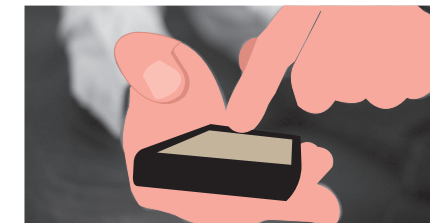
> Pour bien étayer son argumentation, Fabien montre la vidéo explicative disponible sur la web app. Devant l'intérêt du gérant, Fabien signale d'un clic sur son application la boutique et repart, ses épinards et son pot de crème sous le bras.



18H30 : l'argent de poche

De retour chez lui, il retrouve ses enfants. Romain lui montre fièrement son TB à l'évaluation de mathématiques. Fabien doit donc honorer sa promesse et lui donner 10 pêches.

> Romain, qui n'a pas encore l'habitude d'avoir des Pêches, se saisit du smartphone de son père et consulte la carte des commerçants : chouette, la librairie Folies d'encre est membre du réseau, il va pouvoir aller acheter son manga.



Le lendemain : partage sur les RS

Fabien découvre que le Naturalia Voltaire est membre du réseau.

> Il s'empresse de partager l'information sur son compte Facebook.

Après avoir travaillé 15 ans dans les services à la personne, Saïda a créé une SCOP avec deux de ses amis. Elle s'est ainsi reconvertie et gère désormais un restaurant, privilégiant le plus possible les produits locaux et/ou bio. Aussi la Pêche correspond à ses valeurs personnelles.

Elle aime :

- la gastronomie de tous les pays
- la convivialité
- accueillir et connaître
- ses clients



- trouver un fournisseur qui accepte les MLC
- n'a jamais le temps
- le gâchi alimentaire ou d'emballage



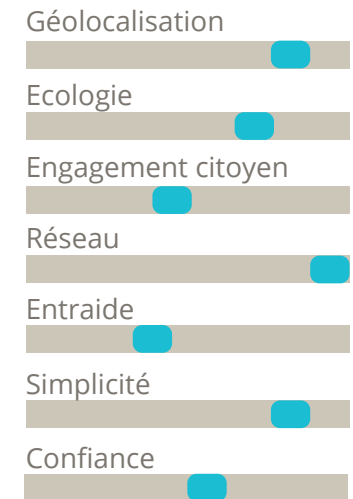
52 ans - mariée - 3 enfants - habite Bd Aristide Briand, Montreuil, 93, depuis plus de 20 ans



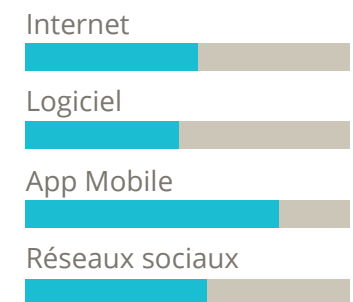
“communiquer directement et efficacement avec mes clients”

- Trouver des fournisseurs de qualité, en circuits courts, éco-responsables
- Développer, satisfaire et fidéliser sa clientèle
- Défendre des valeurs qui lui sont chères, pour elle-même, comme pour son image auprès de ses collaborateurs et partenaires.

Attentes

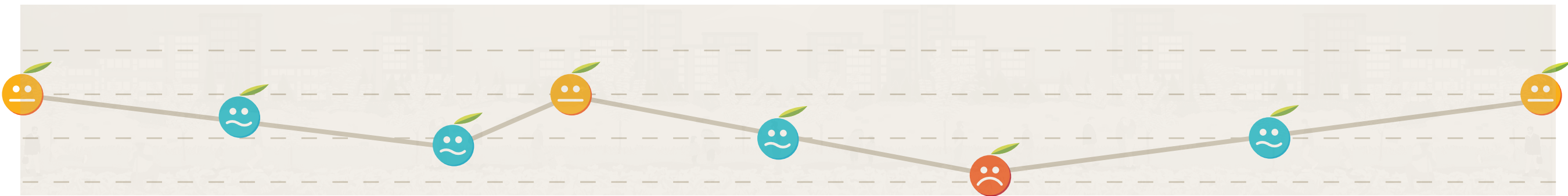


Technologie





Ressenti



demande de publication → **attente de la réponse** → **recherche d'un fournisseur** → **commande au fournisseur** → **publication de l'annonce** → **l'évènement festif**

Saïda a choisi d'organiser un événement festif samedi prochain en fin d'après-midi dans son restaurant : un apéritif dinatoire autour de quiches aux légumes. Aussi les horaires seront adaptés exceptionnellement. Elle envoie un email à l'association qui gère la MLC pour que celle-ci relaye l'information sur leur site web car c'est le moyen principal, à sa connaissance, pour informer les consommateurs.

> Saïda n'aime pas passer par des intermédiaires car c'est toujours une source de tracas et de lenteurs.

Toute la journée, Saïda s'impatiente car l'association ne répond pas... Est-ce la bonne adresse email ? la bonne personne ? si oui, serait-elle absente ?

Le soir, la réponse attendue arrive enfin. Une annonce sera postée, mais il faut que la personne chargée de la publier soit là...

> Saïda est agacée par la perte de temps, le stress de l'incertitude passée et à venir.

Saïda se met en quête d'un fournisseur de légumes frais, cultivés en Ile-de-France, si possible BIO et surtout qui accepte la MLC.

> Saïda désespère. Rechercher des fournisseurs sur le site de l'association n'est pas facile, surtout sur l'écran d'un mobile... on n'y voit rien et certains numéros de téléphone sont faux ou douteux ; ils n'ont pas dû être actualisés.

En fin de journée, un fournisseur du réseau MLC répond favorablement.

> Avec le fournisseur, les gages de qualité et le bon relationnel sont au rendez-vous comme Saïda l'espérait, mais la communication entre les acteurs n'est pas au point.

Une annonce est enfin publiée sur le site de l'association. Saïda peut enfin appeler son fournisseur pour lui confirmer sa commande qui doit être livrée ce soir.

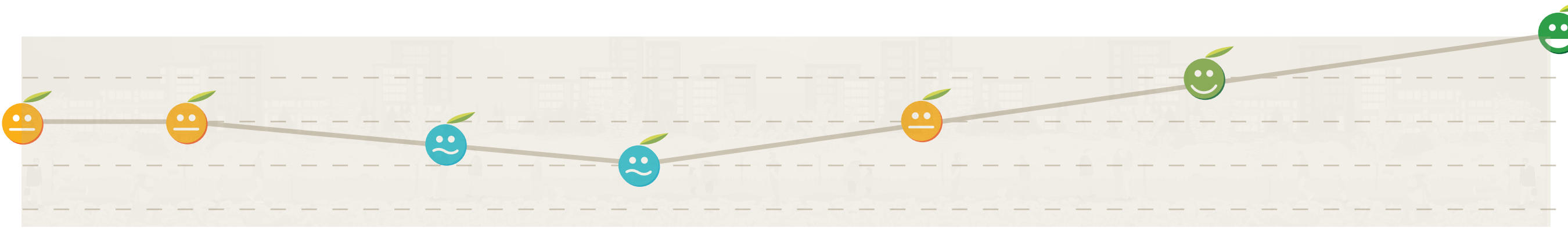
> Son annonce est enfin publiée mais il y manque la photo que Saïda avait envoyée en pièce-jointe de son email : un problème avec l'anti-virus ? un oubli ?

L'apéritif dinatoire a lieu, tout est réussi.

> Mais une ombre au tableau : Saïda est un peu déçue du peu de consommateurs venus pour la première fois dans son restaurant.

LUNDI → **MARDI** → **MERCREDI** → **JEUDI** → **VENDREDI** → **SAMEDI**

Ressenti



publication directe d'un "teaser" → **recherche d'un fournisseur** → **commande au fournisseur** → **2e publication directe** → **mini effet "buzz"** → **l'évènement festif**

Saïda se connecte sur son compte depuis son téléphone, et elle change elle-même les horaires de son restaurant pour samedi prochain, elle publie une annonce pour faire le "teasing".

> Publication est immédiate et signalée automatiquement à l'association qui gère les MLC. Elle est un peu confiante et commence la recherche d'un fournisseur parmi le réseau MLC.

Grâce à la recherche textuelle, Saïda trouve immédiatement ce qu'elle désire : un brasseur de bière locale située à Montreuil.

> Saïda trouve que les fiches des acteurs sont vraiment complètes et bien mises à jour. En fait c'est logique puisque ce sont les acteurs qui les éditent eux-mêmes directement.

Le fournisseur répond dès le lendemain. Celui-ci, utilisateur également de la webapp, avait été alerté de l'annonce sur son téléphone, ce qui l'a intrigué et l'a motivé.

> Saïda constate que la communication passe bien en B2B.

Saïda publie une 2e annonce plus complète. Elle peut fournir plus de détails et rajouter des photos qu'elle a prise avec son smartphone. Elle va pouvoir faire un mini buzz parmi les adeptes de la MLC, de leurs amis mais aussi des petits curieux qui ont la webapp sur leurs smartphones. Elle annonce même une petite remise "happy hour" réservée aux paiements en MLC.

> Saïda consciente du temps qu'elle a gagné, en profite pour soigner cette annonce.

Saïda constate que les commentaires vont bon train sur les réseaux sociaux : ça like, ça share, ça twitter... Des clients annoncent leurs venues et réservent, via la webapp, une table pour dîner.

> Saïda est contente de travailler dans la sérénité, elle a le temps de répondre aux emails : réservations, demandes d'information, etc...

La dégustation de la bière de Montreuil a lieu. C'est un beau succès. De nouveaux clients sont là. On fait connaissance dans une ambiance conviviale. Saïda en profite pour initier quelques personnes aux MLC. Le soir même de bons commentaires sont postés sur l'établissement de Saïda sur la webapp.



Génial !



Youpi !



ça va



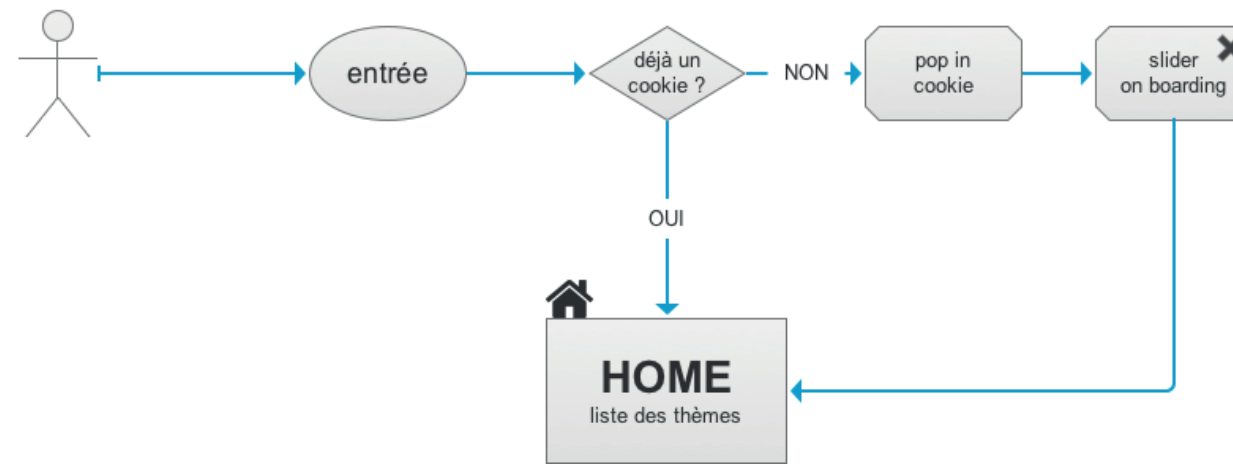
bof bof...



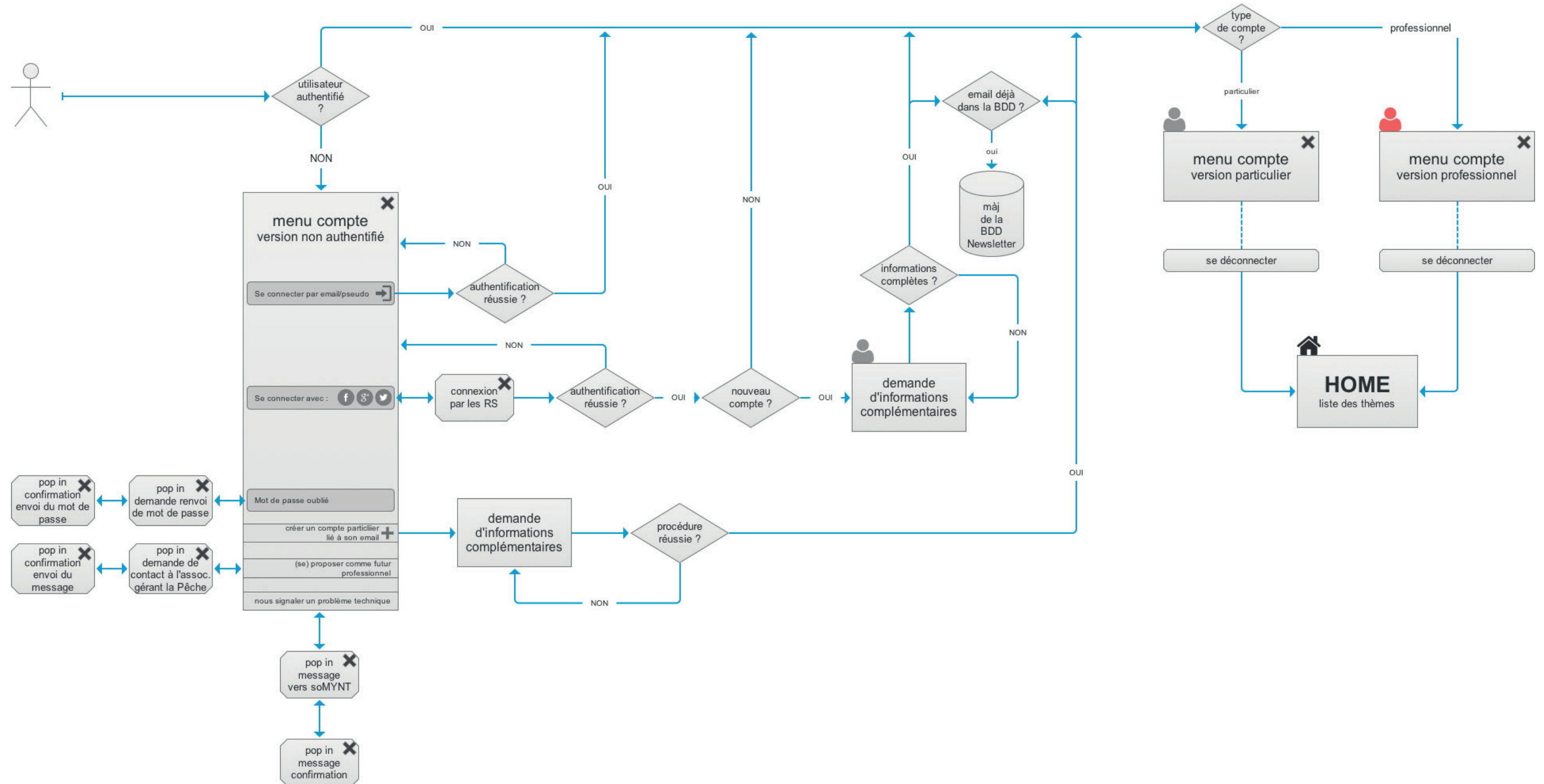
grrrr...

C - Flowcharts

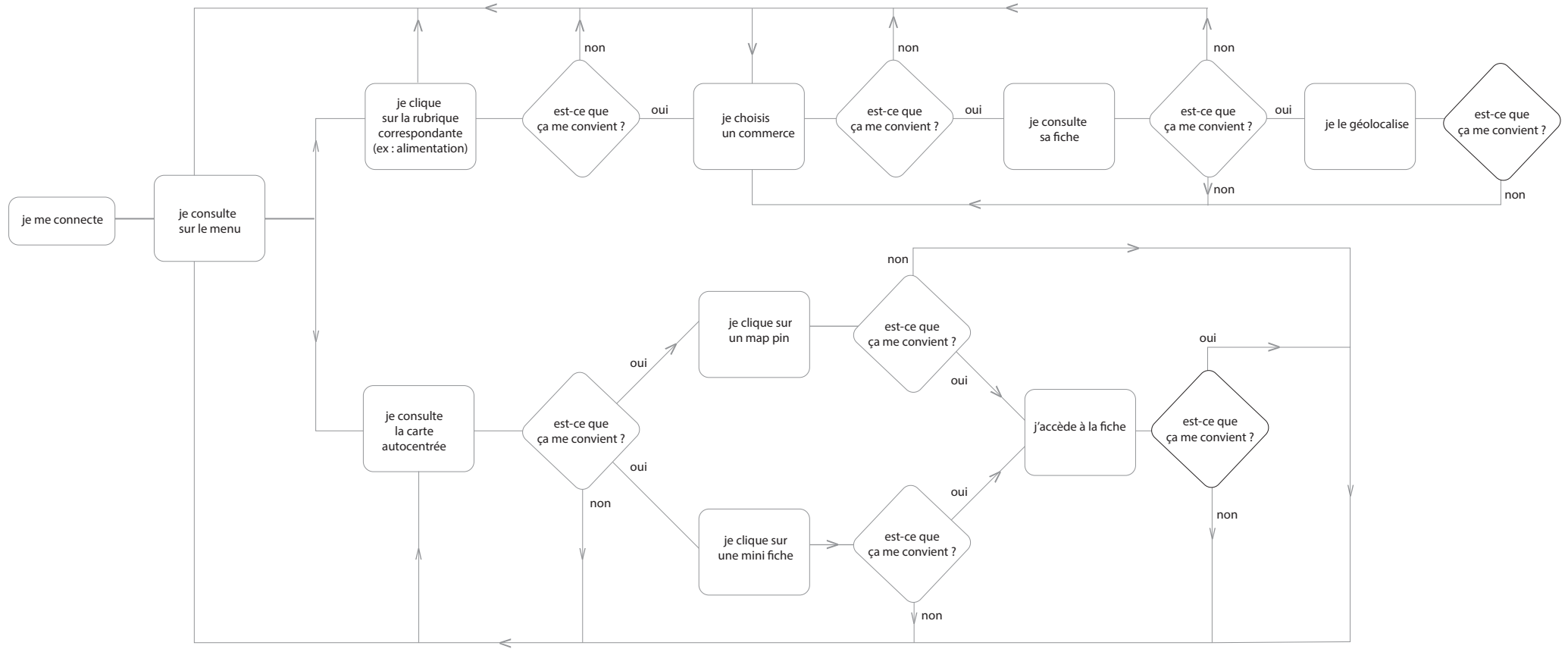
Arrivée sur la webapp

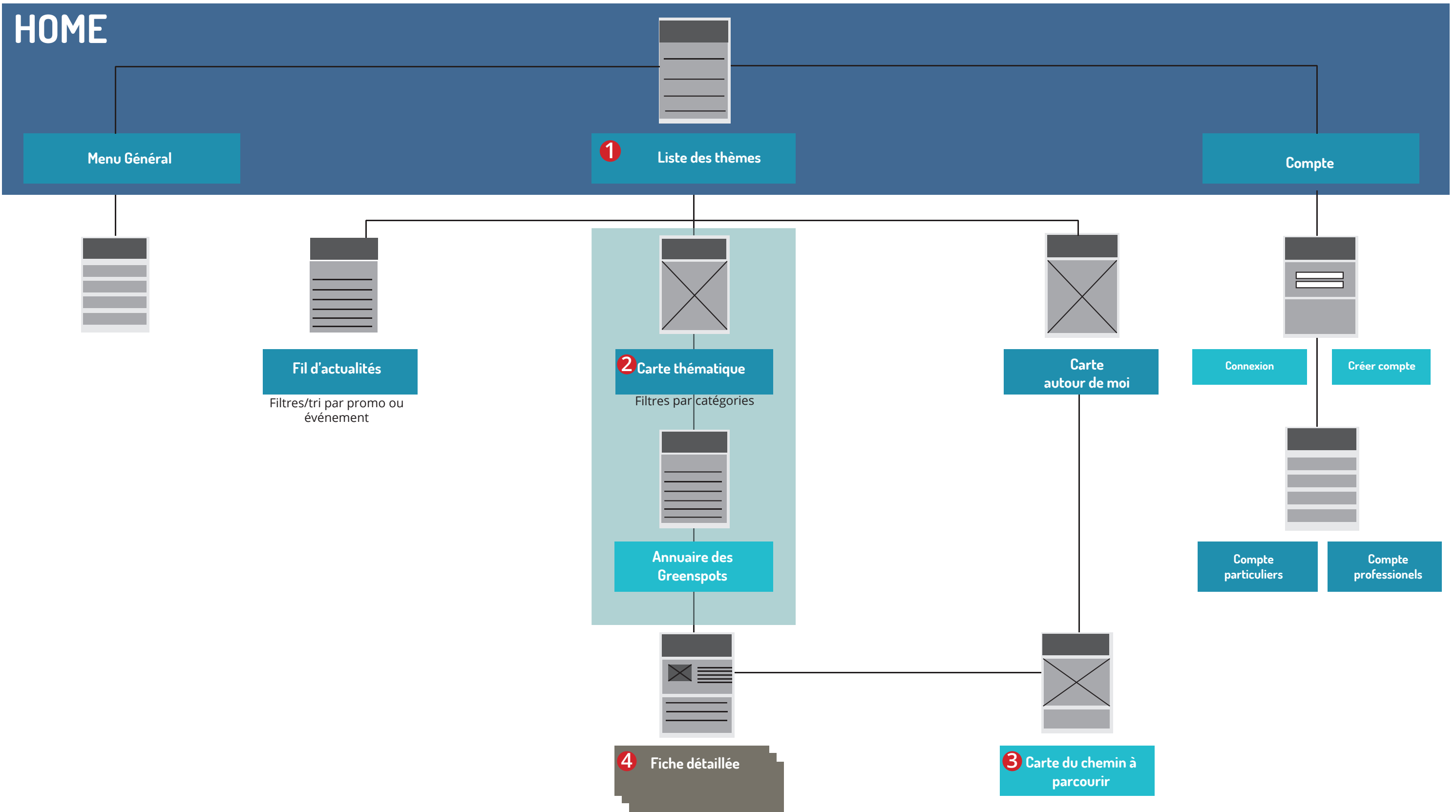


Authentification



Userflow Quentin - recherche d'un commerce





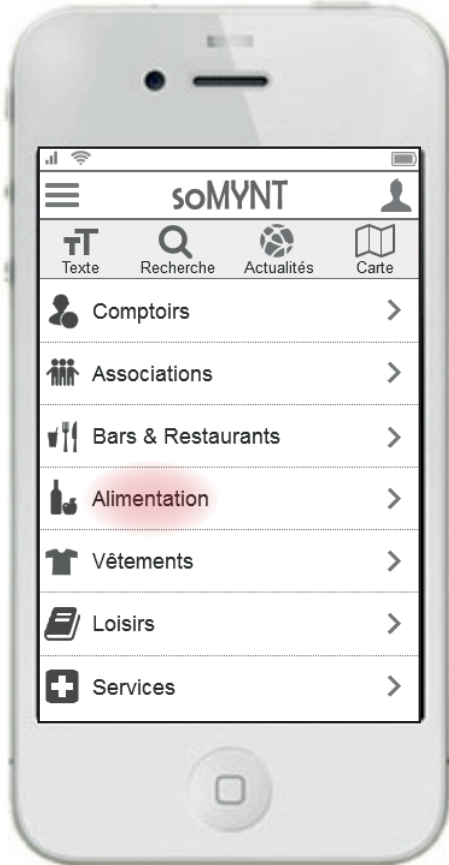
7 GABARITS

Carte	Carte avec chemin à parcourir	Liste	Thèmes	Fiche détaillée	Menu	Formulaire Connexion/Inscription

1
2 Etapes du parcours principal
3
4

E - Wireframes

Parcours principal



1 Sur la Home page, on choisit un thème d'intérêt



2 Carte thématique représentant tous les professionnels concernés



3 Carte ciblée présentant le chemin proposé jusqu'au professionnel sélectionné



4 La fiche détaillée de ce dernier pour en savoir plus, partager, commenter...

focus sur la fiche détaillée

Informations primordiales (nom, adresse, mots clés, description, photo miniature, téléphone...)

Horaires

Services et Labels

Moyens de contact

Laisser une appréciation

Actualités, Annonces

Note moyenne.

Distance

Envoyer un message

Horaires pour aujourd'hui.

Calcul du temps de parcours

Jours de fermeture exceptionnelle

Horaires d'ouverture exceptionnelles

Liens réseaux sociaux

Like/share réseaux sociaux.

Mémoriser dans sa liste de favoris

Noter

Laisser un commentaire

Lien externe

focus sur le profil pour particulier

soMYNT

Nassima
 Mlle Nassima Dupont
 nassima.dupont@gmail.com
 18 à 24 ans

mon mode de transport : à pieds
 ma géolocalisation : où je suis

mes adresses

- domicile : 18 rue du Paradis, Montreuil
- travail : 18 rue du Paradis, Bagnolet
- autre : 18 rue du Paradis, Le Pré-Saint-Gervais

mes préférences de navigation

page d'accueil : annuaire thématique
 filtrer le fil d'actualités : annonces PROMO
 annuaire trié par : au plus proche

mes alertes

- abonnement à la newsletter
- alerte si proche d'une autre MLC
- alerte si proche d'un nouveau professionnel
- alerte selon ma liste de mots-clés

cuisine indienne emporter curry

Envoyer

En complément des alertes par email ou par réseaux sociaux, les annonces du fil d'actualités contenant un de ces mots-clés, sont consultables sous le filtre "vos alertes"

Annotations :

- Mon profil (nom, email, photo...)
- Mes adresses (l'utilisateur peut mémoriser 3 adresses personnelles : domicile, travail, autre lieu)
- Mes préférences de navigation
- Mes alertes
- Modifier mon profil
- Définir mon Mode de transport par défaut
- Point de départ pour le calcul des distances et des chemins
- Enregistrer/Modifier une adresse
- Effacer une des adresses mémorisées
- Abonnement à la Newsletter
- Alerte découverte d'une autre MLC
- Alerte découverte d'un professionnel
- Alerte personnalisée selon ma liste de mots clés
- Modifier ma liste de mots clés

focus sur le profil pour professionnel

The screenshot displays the profile of 'Tandori Masala' on the soMYNT app. The profile includes contact information, a description, and service details. It is divided into several sections: 'mon profil', 'mes horaires', 'mes annonces', 'mes préférences de navigation', and 'mes alertes'. Red brackets on the left and right sides of the screen link specific UI elements to their corresponding functions.

Mon profil (nom, adresse, description, photo miniature, téléphone...)

- Note moyenne
- Distance
- Modifier mon profil

Indiquer mes horaires

- Modifier mes horaires standards et le temps moyen de service
- Rajouter un jour ayant une fermeture ou des horaires exceptionnels
- Editer un jour ayant une fermeture ou des horaires exceptionnels
- Supprimer un jour ayant une fermeture ou des horaires exceptionnels

Gérer mes annonces ayant une date de fin

- Tester le lien externe de l'annonce
- Editer l'annonce
- Supprimer l'annonce
- Rajouter une annonce

Gérer mes annonces n'ayant pas de date de fin

Mes préférences de navigation

Mes alertes

- Abonnement à la Newsletter
- Alerte découverte d'une autre MLC
- Alerte découverte d'un professionnel
- Alerte personnalisée selon ma liste de mots clés
- Modifier ma liste de mots clés

5. CONCEPTION GRAPHIQUE

A - Moodboard et inspirations graphiques

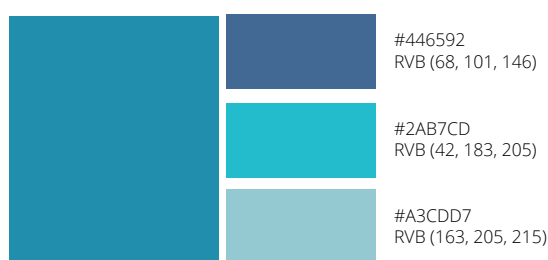


B - Choix des couleurs

L'Islande est d'une richesse écologique et naturelle surprenante. Entre fjords et volcans, cette terre d'aventure étaient quasi vierge de toute présence humaine jusqu'au 9ème siècle. Pour la petite histoire, ce n'est qu'en 861 que Floki Vilgeroarson (un viking norvégien) découvrit l'île pour la première fois et la nomma "Is land" (l'île de glaces).

Nous avons donc opté pour des tons bleutés, avec des nuances de verts et anthracite pour rappeler cette île longtemps restée vierge de toute présence humaine.

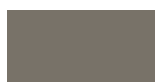
PALETTE PRINCIPALE



#118CAF
RVB (17, 140, 175)



#383736
RVB (59, 55, 54)

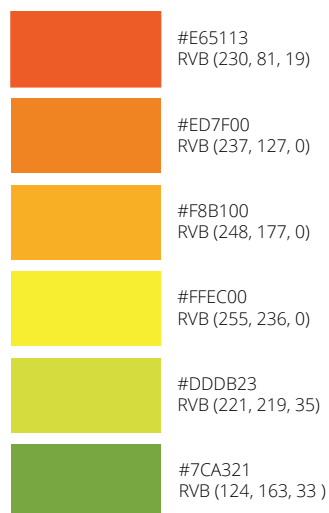


#82796D
RVB (130, 121, 109)



#D4CD8D
RVB (212, 205, 189)

COULEURS D'ACCOMPAGNEMENT



#E65113
RVB (230, 81, 19)

#ED7F00
RVB (237, 127, 0)

#F8B100
RVB (248, 177, 0)

#FFEC00
RVB (255, 236, 0)

#DDDB23
RVB (221, 219, 35)

#7CA321
RVB (124, 163, 33)

C - Choix typographique

Dosis SemiBold

abcdefghijklmnop

qrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMN

OPQRSTUVWXYZ

@ 0123456789

Nous avons choisi la “Dosis SemiBold” pour nos titres, pour affiner le contraste entre les textes et le titre. Son aspect rond et doux permet de mettre en confiance nos lecteurs et aide à la hiérarchisation des informations entre les titres et les descriptions. Nous l’avons aussi choisi pour notre baseline.

Open sans Light (light)

abcdefghijklmnop

qrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMN

OPQRSTUVWXYZ

@ 0123456789

“Open Sans Light” est une typographie sans serif intemporelle, facile à lire. Nous avons opté pour cette typographie pour nos textes et descriptions notamment parce qu’elle est facilement associable avec nos pictogrammes.

D - Logo

Si nous avons beaucoup hésité sur le nom de notre web app, le choix du logo a été plus aisé.

Nous avons au départ imaginé un cercle - à la fois bouclier viking (référence à l'Islande) et pièce de monnaie, enveloppant des tracés aux jonctions marquées de pastilles. A la manière d'un plan de métro, ces "routes" symbolisent la circulation, thème central de notre web app, dont la vocation est de stimuler les échanges en monnaie locale. Au passage, un oeil exercé repèrera également la forme d'un M comme Mynt, fugacement esquissé.



Puis, nous avons rajouté un rappel de la fonctionnalité principale de la web app, la géo-localisation, via une épingle évocatrice, qui fait également référence, avec sa forme allongée, à la forme d'une feuille (de menthe?). Celle-ci paraît ainsi comme traversée de nervures, porteuses d'eau et de sève, des éléments vitaux en... circulation. La boucle était bouclée, notre logo était terminé !

SOMYNT

LES FRAIS MONNAYEURS



E - Pictogrammes



menu principal



compte utilisateur



géolocalisation



actus



liste



zoom typographique



dézoom typographique



recherche textuelle



comptoirs



associations



Bars et restaurants



Alimentation



vêtements



loisirs

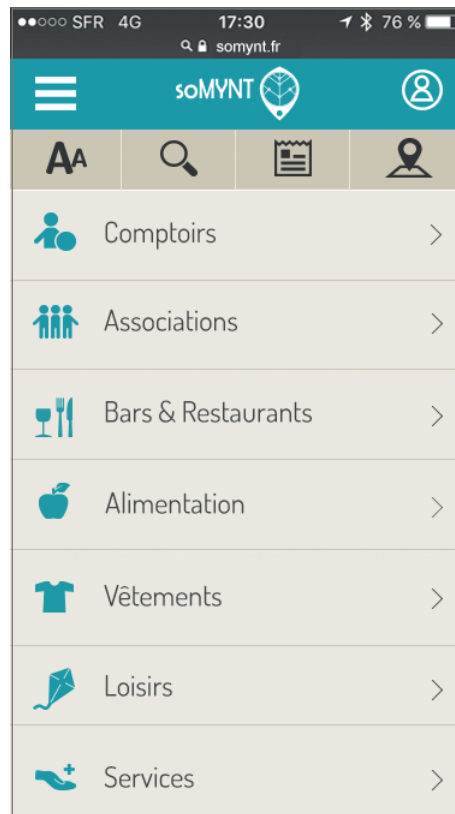


services

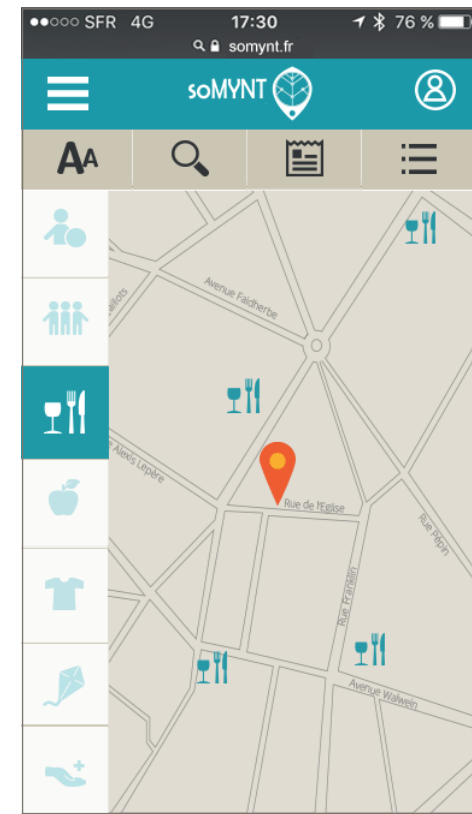
F - Maquettes graphiques



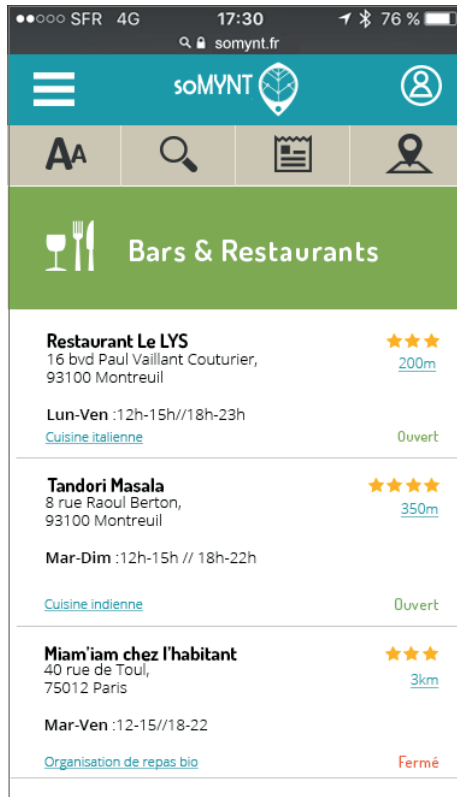
Boarding



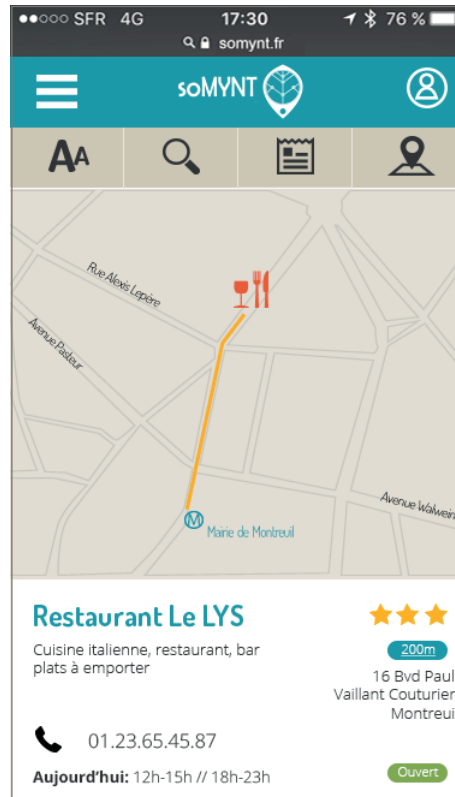
Menu



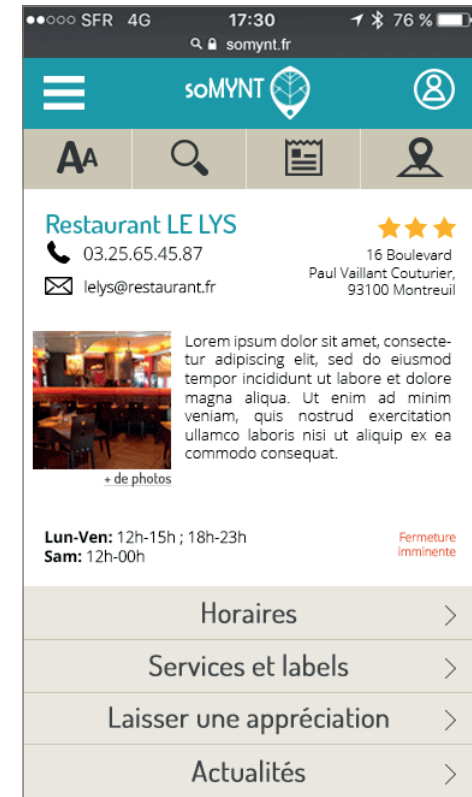
Carte «autour de moi»



Liste



Carte du chemin à parcourir



Fiche détaillée

6. SPECIFICATIONS TECHNIQUES

Note technique

Nous envisageons pour ce projet une base WordPress en raison des facilités suivantes concernant :

- La gestion relation Base de données
- La gestion de commentaires
- Un back-office déjà en place
- Une gestion des utilisateurs déjà faite
- La possibilité de Booster l'application avec des plug-ins existants
- Gestion du responsive
- Référencement SEO
- Accessibilité

Les langages utilisés seront php/msql et les animations seront portées par javascript/jquery.

Pour que la vitesse d'accès ne soit pas pénalisée par l'utilisation de wordpress, nous recommandons un hébergement qualitatif de type 'Performance 4' chez OVH avec 8Go de RAM.

Les données utilisateurs de géolocalisations ne sont pas conservées, sauf si l'utilisateur veut conserver un historique des endroits qu'il a fréquentés (qu'il signale lui même).

L'utilisateur sera prévenu de l'installation d'un cookie et devra donner son accord.

1. Backlog

légende :

de peu complexe XS à plus complexe XXL

A = MUST B = SHOULD C = COULD D = WONT

Fonctionnalités	Complexité	Priorité
Accessibilité (grosseur affichage)	XS	A
Pop-In cookies	XS	A
Menu Burger	S	A
Slider aide		
Nombre de pêches en circulation et nb d'utilisateurs appli (comptes)		
Info sur les MLC (monnaie locales complémentaires) - Animation		
info sur la monnaie Locale de Montreuil (la pêche)		
contacter webmaster		
Géolocalisation		
Geolocalisation google map	L	A
Moteur de recherche pour la géolocalisation - filtre par catégorie - recherche par nom - filtre par distance (ex n'afficher que dans un rayon de 300m)	XXL	A
Personnalisation graphique de la carte, pour l'accessibilité (type snazzy map)	S	B
pop-in coordonnées (nom + catégorie + état ouverture)	XS	A
si compte enregistré avec adresse, donne aussi le plus proche usuel	L	B
en option : push si autorisé quand magasin collecteur à proximité avertit que l'on entre dans une zone avec une MLC (et nom de la monnaie)		D
Fiche Professionnel (collecteur)		
nom	XS	A
téléphone direct / mail direct	XS	A
catégorie	XS	A
photo/slider photos	L	B
description - heures d'ouverture	XS	A
note (étoiles)	S	B
commentaires	S	B

Fonctionnalités	Complexité	Priorité
Interaction particuliers		
laisser une note sur la fiche d'un professionnel	L	B
laisser un commentaire sur la fiche produit d'un professionnel et passerelle fb si fb connect	L	B
signaler un lieu à l'asso la pêche, coordonnées gps et ou formulaire avec nom adresse tel	XS	C
Compte particulier		
Facebook connect	L	A
Mail connect	L	A
photo	XS	B
user name	XS	A
centres d'intérêts (choix par ex entre restau, recyclerie etc., par thèmes de recherche)	XS	C
choix affichage à l'ouverture par catégorie / map / annonces	S	B
affichage CGU + validation	XS	B
inscription newsletter	XS	B
historique (endroits favoris)	XS	C
Compte professionnel collecteur		
connexion	S	A
formulaire nom/adresse/téléphone	XS	A
Horaires, texte rédactionnel	XS	A
Ajouter des photos sldier	XS	B
Ajouter une promo, info, événement	XS	A
signaler qu'il prend la MLC 'solidaire'	XS	C
Affichage fil de news		
Affichage promos, cliquables avec landing page géocentré avec bulle	L	A
Agenda événement, idem landing page	L	A

2. Devis



Devis n° 161216_09 Conception et production d'une application destinée à l'utilisation d'une monnaie locale complémentaire citoyenne.

Ce devis est estimé pour les gabarits et backlog présentés. Pour toute fonctionnalité supplémentaire ou adaptation graphique intervenant après les phases initiales de conception, la facturation se fera au temps passé. Éléments rédactionnels et graphiques fournis par le client.

Paris, le 16 décembre 2016

Pour 7 gabarits	jours	tarif journée HT	total HT	
Stratégie / Expertise UX				
Concept créatif	5	900,00 €	4 500,00 €	
enquête / définition des personas et parcours	7	800,00 €	5 600,00 €	
Sous total UX	12			
Architecture information : Inventaire gabarits/fonctionnalités	4	750,00 €	3 000,00 €	
Contenu rédactionnel	3	800,00 €	2 400,00 €	
Conception graphique				
Maquette graphique	5	750,00 €	3 750,00 €	
Intégration graphique	4	600,00 €	2 400,00 €	
Sous Total maquettage	9			
Fonctionnalités front				
Développement	4	750,00 €	3 000,00 €	
Intégration front	6	600,00 €	3 600,00 €	
Validation recette	3	800,00 €	2 400,00 €	
Sous total dev front	13			
Suivi de projet	10	900,00 €	9 000,00 €	
SEO	2	800,00 €	1 600,00 €	
Maintenance			option	
TOTAL	53		41 250,00 €	
Hebergement			50€/mois	
Maintenance				
mises à jour word press, plugins	1	650,00 €	650,00 €	1 jour par mois
demandes spécifiques				sur devis

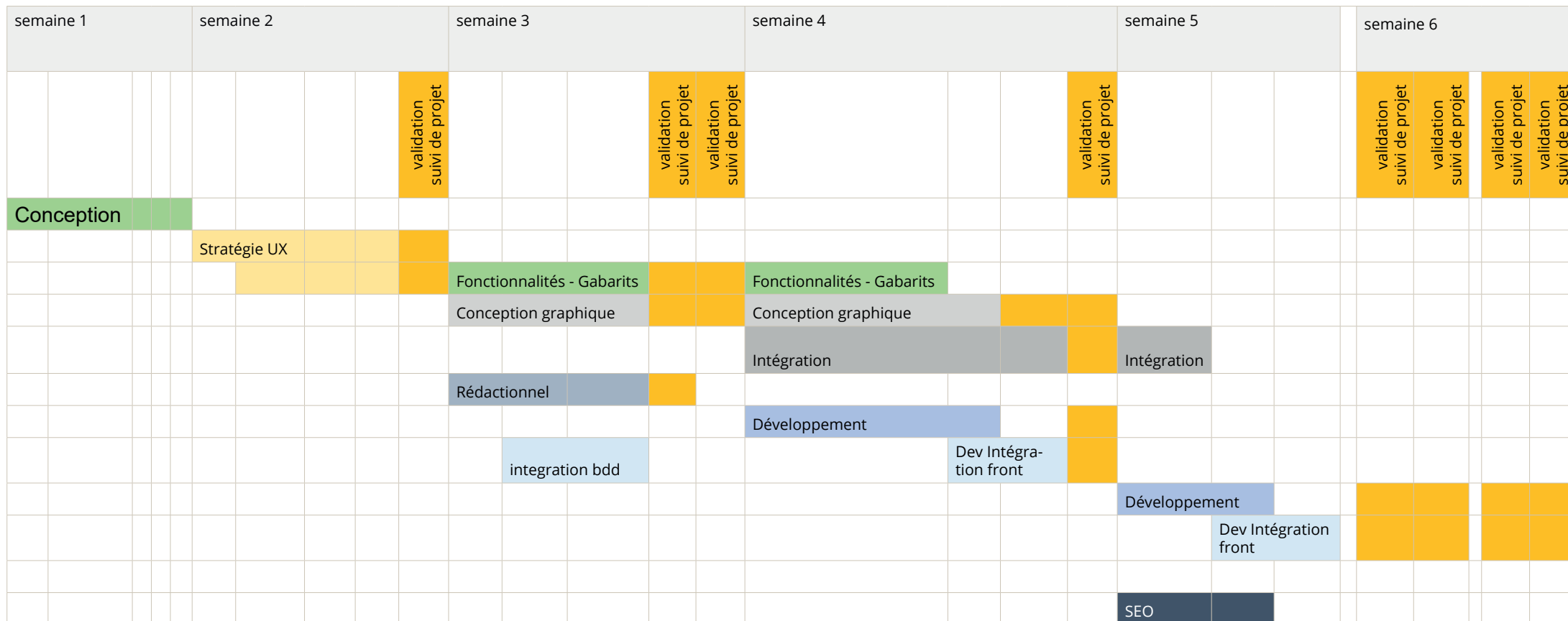
3. Planning



Planning Conception et production d'une application destinée à l'utilisation d'une monnaie locale complémentaire citoyenne.

Ce planning s'entend pour la conception graphique, et le développement de 7 gabarits et de leurs fonctionnalités. Il ne prend pas en compte les éventuels délais client.

A partir de la validation de l'arborescence et de la maquette graphique, le développement s'étend sur 3 semaines



7. GESTION DU PROJET

Mise en place rétroplanning

Nous avons opté pour une gestion de projet “classique” (par opposition à une méthode Agile, évoquée en cours au début de notre phase du projet), plus rassurante dans notre problématique de conception dans des délais très serrés.

Le tableau de la page suivante a été régulièrement tenu à jour, pour prendre en compte les débordements de planning (fréquents) et les omissions d'étapes incontournables. Au départ, nous avons opté pour une répartition des tâches par membres de l'équipe, à l'intérieur même du tableau, mais au final, comme une grande partie des missions ont été partagées, il est devenu compliqué de faire des distinctions.

En revanche, on peut observer que chaque thème a trouvé un “ambassadeur” : par exemple, entre autres, Lionel sur les wireframes, Emmanuel pour les enquêtes sur le terrain et la recherche graphique, Elisabeth sur les user flows et la note d'intention technique, Anne sur les maquettes de la web app et l'architecture du dossier, Caroline sur le volet rétroplanning et SWOT... avec Lionel justement ! Ce ne sont que des exemples parmi d'autres qui témoignent de la grande liberté dont nous avons usée tout au long du processus de conception.

8. AVENIR DE LA WEBAPP

Pour terminer, nous tenons à mettre en lumière brièvement 4 pistes de réflexion qui nous paraissent prometteuses, au delà du projet de conception que nous venons de présenter : le déploiement de SoMynt sur d'autres territoires, les fonctionnalités supplémentaires abandonnées pour le projet initial mais pouvant être réexaminées plus tard, l'importance des actions de marketing et de communication, et enfin la diversification de notre start-up en termes de pédagogie dans les écoles.

A - Déploiement sur d'autres territoires

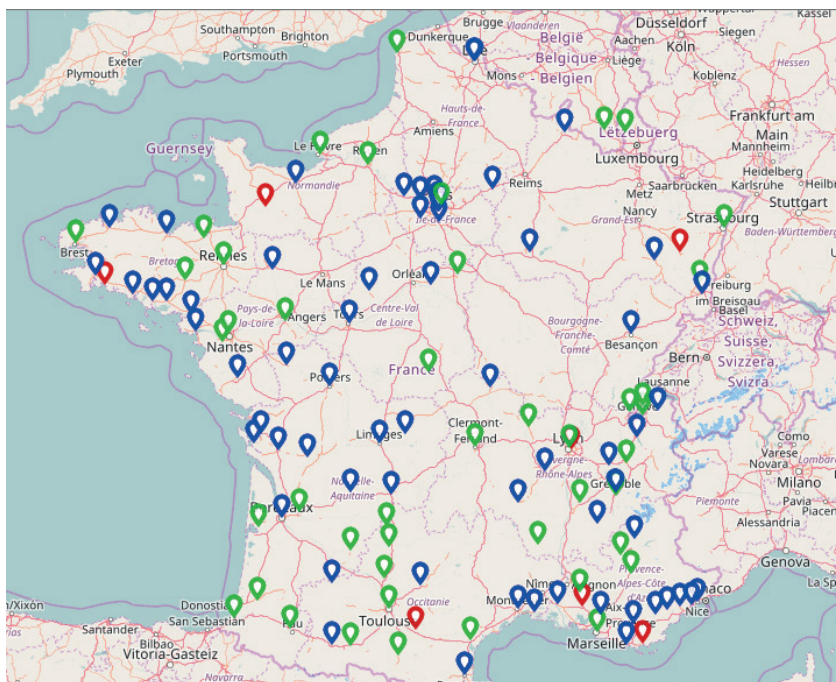
Déploiement sur d'autres territoires

Idéalement, notre web app devrait **permettre une propagation plus rapide de la Pêche à Montreuil** et ses environs. Nous imaginons également **proposer ce service à d'autres monnaies locales en France**, et ainsi établir un maillage du territoire qui permettrait aux utilisateurs de savoir **en fonction de sa géolocalisation si une monnaie locale a cours** ("vous êtes en zone Pêches ou Grains"). Nous aurions une légitimité plus forte que les web app des monnaies locales, parce que nous nous situerions un niveau plus haut.

En effet, après une période de rodage avec la Pêche, l'évolution naturelle de notre webapp est de pouvoir gérer plusieurs MLC. Comme nous l'a montré notre benchmark sectoriel, les utilisateurs de MLC ne disposent que rarement d'outils web pratiques. Ce sont souvent des site web, de type CMS, très peu adaptés aux smartphones, exploitant pauvrement les possibilités liées à la géolocalisation. L'objectif est que SoMYNT devienne rapidement une webapp commune à la plupart des MLC de France.

Cette carte montre le potentiel de déploiement (France et Belgique) de SoMYNT :

vert : monnaie en circulation
rouge : ne circule plus
bleu : en projet



B - Les fonctionnalités repoussées à plus tard

Nous avons, au cours de notre réflexion, envisagé un certain nombre de fonctionnalités que nous avons finies par écarter au moment du recadrage du projet pour différentes raisons. Nous vous présentons les 2 plus marquantes.

Bornes interactives (dans parcours utilisateurs)

Pourquoi y avons-nous pensé ?

Localisées à des endroits stratégiques, comme la mairie, des commerçants emblématiques de la Pêche, la piscine, le cinéma municipal, elles permettraient à tous les particuliers, et pas seulement les détenteurs de smartphones, de consulter notre web app. Nous avons en tête notamment les personnes âgées qui pourraient être attirées par l'utilisation de la Pêche, sans toutefois être des adeptes du téléphone portable.

Pourquoi y avons-nous renoncé ?

Il se trouve qu'à l'issue de notre recherche utilisateurs, nous avons établi 4 personas, tous des utilisateurs de smartphones. Il ne nous est pas paru alors pertinent de prendre en compte un type d'utilisateur visiblement non prioritaire.

Paiement en ligne

Pourquoi y avons-nous pensé ?

A l'heure de la dématérialisation croissante de la monnaie (carte Ticket restaurant, carte bancaire, paypal, achats en ligne...), le fait de ne pas pouvoir proposer des Pêches virtuelles nous a semblé un frein, au moment d'établir notre matrice SWOT, notamment auprès des jeunes utilisateurs potentiels.

Pourquoi y avons-nous renoncé ?

Nous avons estimé que la monnaie locale étant destinée à créer du lien social, son prérequis supposait un minimum d'échanges physiques entre les individus. Il aurait presque été incongru de payer en ligne son épicier juste en bas de chez soi...

Par ailleurs, alors que nous axons tout notre discours sur la dualité économie réelle / transactions virtuelles, proposer de la monnaie locale virtuelle aurait pu passer pour une fonction pour le moins paradoxale !

C - Communication et marketing...

SoMYNT devrait communiquer autour de son service de façon intensive, de plusieurs façons possibles, afin de compenser le manque d'information actuel constaté auprès des habitants de Montreuil au sujet des Pêches.

soMynt devrait communiquer autour de son service de façon intensive, de plusieurs façons possibles.

1. Affichage

(Inspiré de la communication institutionnelle élaborée pour notre affiche). Il faudrait cibler les vitrines des professionnels et insister pour être présent à côté du panneau Ici on prend des Pêches.

Reprenez le pouvoir !

soMYNT accompagne votre monnaie locale

économie réelle
2% nous !

échanges entre banques
98%

A COMMUNAUTÉ
Une communauté de citoyens décide de lancer une MLC.

B BANQUE PARTENAIRE
Les euros sont déposés sur un fonds de garantie et restent disponibles pour une éventuelle reconversion.

C ÉMISSION DE MLC
Le change des € pour de la MLC ou le repos une aide de la collectivité en MLC.

01 L'agriculteur va acheter chez l'épicier en MLC

02 L'épicier règle son déjeuner en MLC

03 Le restaurateur se fournit en viande chez le boucher en MLC

04 Le boucher paie en MLC le bétail à l'éleveur

05 L'éleveur achète du fourrage en MLC

la masse financière mondiale

les professionnels acceptant la monnaie locale

les particuliers utilisant la monnaie locale

proposer

trouver

soMYNT
LES FRAIS MONNAYEURS

Un souffle nouveau sur notre économie



2. Marketing direct

En nous appuyant sur la base de données des adhérents de la Pêche, nous pourrions toucher tous nos utilisateurs "captifs" (déjà adhérents) via une campagne d'emailing.

3. Partenariats

Nous pourrions monter une offre en partenariat avec quelques commerçants, qui ferait bénéficier à l'utilisateur qui a créé un compte d'une remise de -5%.

D – ... Jusqu'à la diversification

L'une de nos idées de départ tournait autour de la pédagogie et la sensibilisation auprès du jeune public.

Forts de notre expertise, nous pouvons donc imaginer de concevoir des ateliers ludiques autour de la Pêche : nous proposerions ainsi dans un premier temps aux écoles des alentours (en l'occurrence Montreuil, mais pourquoi pas également les communes voisines ou les arrondissements de l'est de Paris) d'animer ces ateliers, au cours desquels nous distribuerions une Pêche "exemplaire" à chaque élève pour les inciter (ainsi que leur famille, bien évidemment) à se pencher sur les bienfaits de la monnaie locale en devenant directement des utilisateurs.

SoMynt, imaginée au départ comme une "super webapp de géolocalisation des monnaies locales", aurait ainsi toute légitimité pour devenir un acteur essentiel du développement de celles-ci, aux côtés des associations et des pouvoirs publics territoriaux.

ANNEXES

Benchmark

Questionnaire asso

Questionnaire particuliers

Questionnaire professionnels

Arborescence

Wireframes

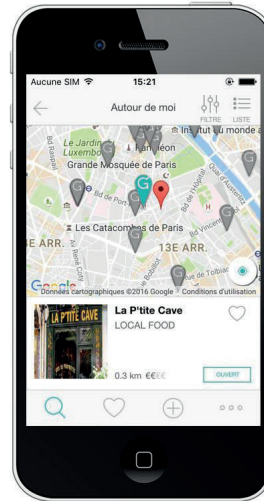
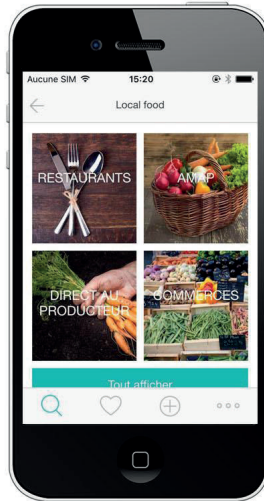
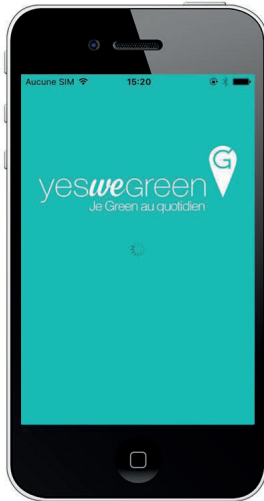
Références documentaires

Yes We Green

Appli mobile

URL: <https://www.greenraid.fr/>

Kezako? Carte interactive sur les greenspots de Paris



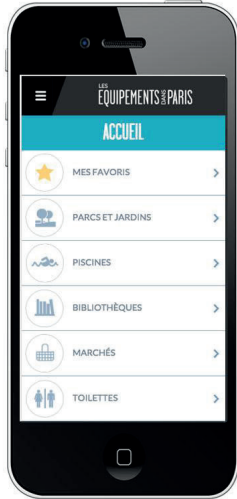
En bref	Géolocalisation	Utilisation	Contenu Rédactionnel	Graphisme	Web marketing
<ul style="list-style-type: none"> - Les plus - Les moins 	<ul style="list-style-type: none"> - Pertinence - Carte interactive - Traçabilité 	<ul style="list-style-type: none"> - Ergonomie - Navigation - Interaction - Espace profil 	<ul style="list-style-type: none"> - Pertinence - Richesse - Variété 	<ul style="list-style-type: none"> - Pertinence - Lisibilité - Esthétique 	<ul style="list-style-type: none"> - Référencement - Social media
<p>Les plus: Très bon concept, contenu riche (offres variées)</p> <p>Les moins: L'application n'est pas encore très fluide (les images et la carte sont longues à charger), code couleurs qui porte à confusion.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Géolocalisation précise - Carte longue à charger - Différents trajets proposés (selon moyens de transports) 	<ul style="list-style-type: none"> - Bonne architecture des informations - Navigation intuitive - On peut partager, commenter, « liker » - Espace profil, personnalisation difficile 	<ul style="list-style-type: none"> - Contenu rédactionnel pertinent et actuel - Contenu riche - Variété d'offres et spots disponibles sur l'app 	<ul style="list-style-type: none"> - Sujet pas exprimé de manière évidente - Clarté des visuels - Plusieurs typographies, beaucoup de codes couleurs, images chargent lentement 	<ul style="list-style-type: none"> - Référencement naturel (pas d'Adwords) - Facebook, Twitter

Paris Connect

Appli mobile

URL: <https://connect.paris.fr/>

Kezako? Equipements de la villes de Paris (parcs et jardins, piscines, bibliothèques, marchés, toilettes).



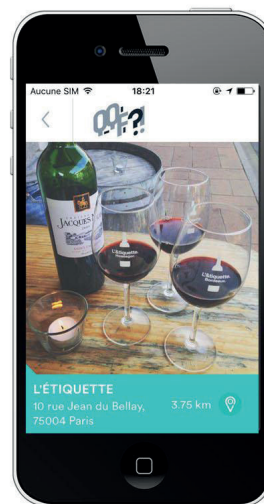
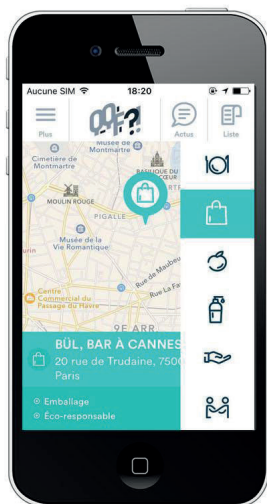
En bref	Géolocalisation	Utilisation	Contenu Rédactionnel	Graphisme	Web marketing
<ul style="list-style-type: none"> - Les plus - Les moins 	<ul style="list-style-type: none"> - Pertinence - Carte interactive - Traçabilité 	<ul style="list-style-type: none"> - Ergonomie - Navigation - Interaction - Espace profil 	<ul style="list-style-type: none"> - Pertinence - Richesse - Variété 	<ul style="list-style-type: none"> - Pertinence - Lisibilité - Esthétique 	<ul style="list-style-type: none"> - Référencement - Social media
<p>Les plus: Appli bien pensée pour permettre à l'utilisateur de facilement arriver à ses fins (horaires, géolocalisation), navigation facile et intuitive.</p> <p>Les moins: Le contenu textuel et géolocalisation un peu faibles. Peu de visibilité (réseaux sociaux, SEO/SEA).</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Géolocalisation précise - Carte interactive quoique « faible » - Estimation du temps de parcours et moyens de transports 	<ul style="list-style-type: none"> - Bonne architecture des informations - Navigation intuitive - Recherche avancée, on peut ajouter des favoris - Pas d'espace profil 	<ul style="list-style-type: none"> - Peu de contenu rédactionnel, uniquement strict minimum (horaires, contact) - Contenu riche 	<ul style="list-style-type: none"> - Logo textuel adapté - Clarté des visuels - Minimalisme, graphisme épuré et sobre 	<ul style="list-style-type: none"> - Référencement naturel (pas d'Adwords)

QQF: Qu'est-ce Qu'on Fait?

Site web / Appli mobile

URL: <http://www.qqf.fr/>

Kezako? Guide pour comprendre les grands enjeux planétaires et les relier à notre quotidien pour agir de manière concrète.



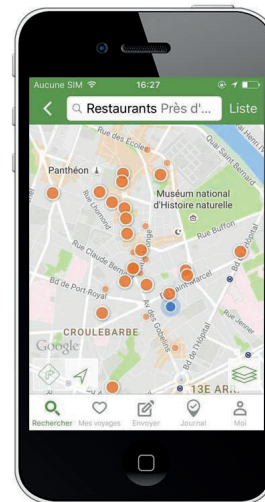
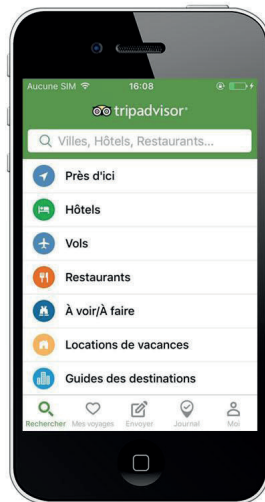
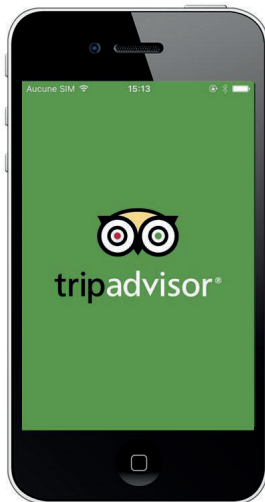
En bref	Géolocalisation	Utilisation	Contenu Rédactionnel	Graphisme	Web marketing
<ul style="list-style-type: none"> - Les plus - Les moins 	<ul style="list-style-type: none"> - Pertinence - Carte interactive - Traçabilité 	<ul style="list-style-type: none"> - Ergonomie - Navigation - Interaction - Espace profil 	<ul style="list-style-type: none"> - Pertinence - Richesse - Variété 	<ul style="list-style-type: none"> - Pertinence - Lisibilité - Esthétique 	<ul style="list-style-type: none"> - Référencement - Social media
<p>Les plus: Très bon contenu rédactionnel. Guide complet et intéressant. De très bonnes infographies pour illustrer des faits d'actualités.</p> <p>Les moins: L'application n'est pas encore très opérationnelle. Il y a de nombreux « bugs » graphiques, ce qui rend l'utilisation difficile.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Géolocalisation précise - Carte interactive - Traçabilité: estimation du temps de parcours et moyens de transports 	<ul style="list-style-type: none"> - Ergonomie douteuse, du mal à comprendre comment utiliser; Navigation difficile à cause des « bugs » graphiques - Peu d'interaction - Pas d'espace profil, mais peu nécessaire 	<ul style="list-style-type: none"> - Descriptions réussies, contenu pertinent - Une offre large et variée (filtres de recherches) - Faits d'actualités, offres QQF, conseils,... c'est un guide très complet 	<ul style="list-style-type: none"> - Pertinence du concept peu élaboré - Très mauvaise lisibilité(des blocs se superposent) - Les images ne se chargent pas, il y a un problème d'esthétique malgré des infographies très réussies 	<ul style="list-style-type: none"> - Bon référencement naturel (pas d'Adwords) - Facebook, Twitter, Instagram

Tripadvisor

Site web / Appli mobile

URL: <https://www.tripadvisor.fr/>

Kezako? Avis et conseils touristiques des consommateurs sur hôtels, restaurants, boutiques,.. partout dans le monde



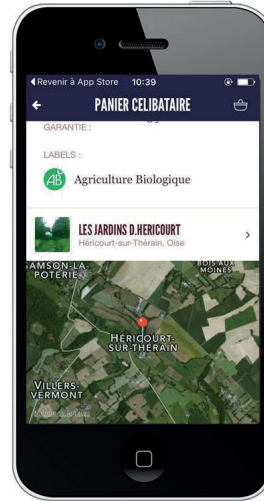
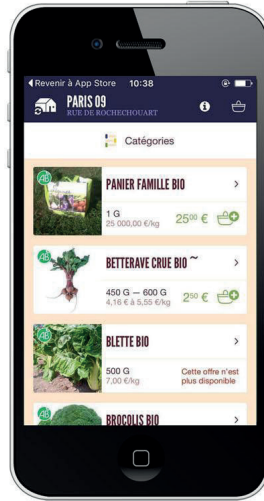
En bref	Géolocalisation	Utilisation	Contenu Rédactionnel	Graphisme	Web marketing
<ul style="list-style-type: none"> - Les plus - Les moins 	<ul style="list-style-type: none"> - Pertinence - Carte interactive - Traçabilité 	<ul style="list-style-type: none"> - Ergonomie - Navigation - Interaction - Espace profil 	<ul style="list-style-type: none"> - Pertinence - Richesse - Variété 	<ul style="list-style-type: none"> - Pertinence - Lisibilité - Esthétique 	<ul style="list-style-type: none"> - Référencement - Social media
<p>Les plus: Application très bien élaborée, contenu riche et complet, géolocalisation précise et efficace</p> <p>Les moins: Le contenu visuel est simple, peut-être un peu trop, ce qui rend le contenu chargé et peu agréable à parcourir.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Géolocalisation précise - Carte interactive - Différent trajets proposés (selon moyens de transports) 	<ul style="list-style-type: none"> - Bonne architecture des informations - Navigation intuitive - Recherche avancée, on peut ajouter des favoris, commenter, noter, interagir - Espace profil élaboré 	<ul style="list-style-type: none"> - Contenu d'actualité et mis à jour - Offre riche et variée et complète (horaires, adresses) - Restaurants, hôtels, locations de vacances, guide des destinations, vols, recommandations, forums,... 	<ul style="list-style-type: none"> - Sujet, concept de l'appli peu évident dans les visuels - Un peu chargé - Simple, mais efficace 	<ul style="list-style-type: none"> - Très bon référencement (SEO et SEA) - Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest

La Ruche qui dit oui

Site web/Appli

URL: <https://laruchequiditoui.fr/fr>

Kezako? Réseau de communautés d'achat direct aux producteurs locaux



En bref	Géolocalisation	Utilisation	Contenu Rédactionnel	Graphisme	Webmarketing
<ul style="list-style-type: none"> - Les plus - Les moins 	<ul style="list-style-type: none"> - Pertinence - Carte interactive - Traçabilité 	<ul style="list-style-type: none"> - Ergonomie - Navigation - Interaction - Espace profil 	<ul style="list-style-type: none"> - Pertinence - Richesse - Variété 	<ul style="list-style-type: none"> - Pertinence - Lisibilité - Esthétique 	<ul style="list-style-type: none"> - Référencement Social media

<p>Les plus: Un bon relais médias pour les fermes membres. Mise à jour des nouveautés et actualités des fermiers. Idées recettes, newsletters, l'utilisateur est suscité à consulter l'appli</p> <p>Les moins: Géolocalisation et espace profil peu développés, mais peu nécessaire</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Géolocalisation peu développée mais peu nécessaire 	<ul style="list-style-type: none"> - Bonne arborescence et architecture de l'information - Navigation fluide - Espace profil peu développé mais peu nécessaire 	<ul style="list-style-type: none"> - Contenu régulièrement mis à jour, avec fil d'actualités de mes producteurs - Offre large et variée - Idées recettes, événements, collectes à venir 	<ul style="list-style-type: none"> - Pertinent: colle bien au sujet des Ruches et des Fermes de producteurs locaux - Clarté des visuels - Esthétique, Agréable à parcourir 	<ul style="list-style-type: none"> - Très bon référencement dans Google (tant SEA que SEO) - Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest
---	--	---	--	---	--

3 / 3 propositions internet : site, appli, borne...

<p>11- autres fonctionnalités d'une appli</p> <p>seriez-vous intéressé par des fonctionnalités supplémentaires que pourrait offrir cette «application» mobile ? OUI NON si oui, lesquelles (spontanément) ?</p> <p>que pensez-vous de ces propositions ? # laisser des commentaires sur un commerçant ou un prestataire 0 - 1 - 2 - 3 - 4 - 5 # être alerté de "promo" ou d'événements culturels ou festifs 0 - 1 - 2 - 3 - 4 - 5 # disposer d'éléments pédagogiques rapides : liens, contact, infos pratiques, diagrammes/infographies... 0 - 1 - 2 - 3 - 4 - 5 # visualiser des indicateurs de l'activité des Pêches : nb de Pêches en circulation, montant des dons, nb adhérents... 0 - 1 - 2 - 3 - 4 - 5</p> <p style="text-align: right;">pourquoi ? comment ?</p>	<p>10- géolocaliser</p> <p>connaissez-vous le site internet ? OUI NON</p> <p>utilisez-vous le site internet pour visualiser la carte interactive ? OUI NON</p> <p>si oui, vous cherchez à y localiser :</p> <ul style="list-style-type: none"> - comptoirs - commerçants - associations sociales et solidaires - loisirs <p>autre :</p> <p>que pensez-vous de disposer de cette fonctionnalité sur une application pour mobile ? (vous seriez aussi géolocalisée sur cette carte (en temps réel))</p>						
<p>13- le futur... une borne interactive</p> <p>imaginons qu'une borne soit disponible dans l'espace public pour retirer et ou échanger des Pêches... qu'en penseriez-vous ?</p> <p>qu'attendriez-vous le plus, et le moins, de cette borne ?</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%;">consultation de compte</td> <td style="width: 50%;">dons</td> </tr> <tr> <td>retrait de Pêches</td> <td>échange d'euros en Pêches</td> </tr> <tr> <td>géolocalisation (carte)</td> <td>autre :</td> </tr> </table>	consultation de compte	dons	retrait de Pêches	échange d'euros en Pêches	géolocalisation (carte)	autre :	<p>12- virtualiser la monnaie</p> <p>sur cette application, aimeriez-vous disposer d'un compte de monnaie virtualisée ? OUI NON pourquoi ?</p> <p>pour faire des achats de Pêches</p> <p>pour régler des petits paiements</p> <p>pour faire des dons à des associations</p> <p style="text-align: right;">(pourquoi ? comment ?)</p>
consultation de compte	dons						
retrait de Pêches	échange d'euros en Pêches						
géolocalisation (carte)	autre :						

QUESTIONNAIRE

PROFESSIONNELS /COMMERÇANTS/COLLECTEURS/COLL'ACTEURS

Volet Dejà adhérent

AU SUJET DE LA PECHE

0	Quelle est votre activité ?		
1	Pour quelles raisons avez-vous adhéré ? <i>Idéologique, projet de société</i> ->Défense du petit commerce -> Se passer des banques -> Autre <i>Recherche d'un réseau local</i> <i>Augmenter ma visibilité, mon CA</i>		
2	Depuis combien de temps ?		
3	Quelles sont les contraintes engendrées ? <i>Gestion de la caisse, stockage des billets...</i>		
4	Avez-vous tiré un bénéfice de ce système ? <i>(Affluence, Chiffre d'Affaires, Image, Fidélisation)</i>		
5	Qu'attendez-vous comme bénéfice de ce système ? <i>(Affluence, Chiffre.d'Affaires, Image, Fidélisation)</i>		
6	A titre personnel, promouvez-vous la Pêche ? ou utilisez-vous la Pêche ?	OUI	NON
7	A titre professionnel, tentez-vous de convaincre des clients/patients d'utiliser la pêche comme moyen de paiement ?	OUI	NON
8	Organisez-vous des offres promotionnelles uniquement accessibles aux utilisateurs de pêche ?	OUI	NON
9	Si oui, sous quelle forme ? <i>(carte de fidélisation ? réduction ? autre ?)</i>		
10	Si non, seriez-vous prêt à le faire ?	OUI	NON
10 bis	Sous quelle forme? <i>(carte de fidélisation ? réduction ? autre ?)</i>		
11	Etes vous au courant de la pêche solidaire ?	OUI	NON

12	Allez vous souvent sur le site de la Pêche pour vous informer ? <i>+1 fois par semaine Entre 1 et 4 fois par mois -1fois par mois</i>	OUI	NON
12 bis	Pourquoi?		
13	Etes vous accompagné, informé par l'asso de la Pêche ?	OUI	NON
14	Vous sentez vous suffisamment accompagné ? (besoin ?)	OUI	NON
14 bis	Pourquoi?		
15	Avez-vous une anecdote à raconter sur la Pêche ?		

AU SUJET DE LA WEB APP

	Imaginez une WEBAPP pour la pêche		
16	Que pensez-vous de la géolocalisation? en général ???		
16 bis	Accepteriez-vous que votre commerce/magasin soit géolocalisé pour les besoins de la webapp?	OUI	NON
17	Aimeriez vous y être noté, dans quelle mesure (public / privé)	OUI	NON
17 bis	Pourquoi?		
18	Etes-vous favorables à ce que l'application propose aux utilisateurs d'émettre des commentaires ?	OUI	NON
18 bis	Pourquoi?		
19	Que pensez-vous du paiement par mobile? <i>L'utilisez vous déjà pour certains types de paiement (ticket resto, CB, etc)</i>		
19 bis	Accepteriez-vous le paiement par mobile pour vos clients utilisant la webapp?	OUI	NON
20	Quelles informations sur vous aimeriez vous voir figurer ? <i>horaires...</i>		
21	Quelle autre fonctionnalité serait intéressante selon vous ?		
21 bis	Pourquoi?		

Volet Non adhérent

0	Quelle est votre activité ?		
1	Connaissez-vous les monnaies locales ?	OUI	NON
1 bis	Si oui, par quel biais ? <i>Presse</i> <i>Le montreuillois</i> <i>Réseaux internet</i> <i>Connaissance</i>		
2	Connaissez-vous la pêche de Montreuil	OUI	NON
2 bis	Si oui, par quel biais ? <i>Presse</i> <i>Le montreuillois</i> <i>Réseaux internet</i> <i>Connaissance</i>		
3	Vous connaissez la Pêche mais vous n'êtes pas intéressé pour adhérer, dites pourquoi		
4	Vous êtes intéressé mais vous ne sautez pas le pas, dites pourquoi		
	A mon appréciation (sondeur) : un pro qui ne connaît pas mais chez qui on éveille la curiosité... si open, passer directement à la web app ?		

Après 2 années d'existence, ces motivations ont-elles évolué ? oui
non

Les motivations restent les mêmes

Philosophie - concept - éthique

Quel était le volume de la Pêche créé au départ ?

Sur quels critères vous êtes-vous basés pour définir le volume de départ ?

Quel est le volume aujourd'hui ?

Combien de coll'acteurs à la création ?

Aujourd'hui ?

une trentaine sur Montreuil + une quinzaine dans les communes limitrophes
lié au bouche-à-oreilles + relationnel
par exemple : un commerçant à Melun souhaite s'investir

L'asso a-t-elle fixé un plafond ? oui non

Si oui, combien ?

Pourquoi ?

en pour-parler : l'asso n'est animée que par des bénévoles et est chronophage
les petites unités sont plus faciles à gérer

L'idée serait de créer des unités locales qui gèreraient la monnaie de façon autonome

Connaissez-vous l'indice de circulation de la monnaie ? oui non

Si oui, à combien est il évalué ?

Les fournisseurs des commerçants affiliés sont-ils sollicités pour intégrer le circuit ?
oui, pour que les Pêches soient réinjectées plutôt que reconverties en euros. Mais il
faut délimiter un territoire. Les fournisseurs trop éloignés n'ont d'autre solution que de
changer en euros car les Pêches sont inutilisables ailleurs.

Sécurité

Avez-vous rencontré des problèmes ? contrefaçon ? blanchiment
 spéculation autre

non, la limitation territoriale ne rend pas la fraude intéressante.

Quels moyens de contrôle avez-vous ?

les entrées et sorties sont comptabilisées mais très chronophage. La virtualisation serait une solution intéressante.

Pourquoi est-on obligé d'adhérer à la Pêche pour changer ses euros ?

Pour faire vivre l'asso + on demande aux utilisateurs de s'engager (cf La Louve - Paris 18e prend exemple sur Fruit Coop (New-York) où chaque adhérent doit donner 3 heures de son temps par mois dans le but de rendre les utilisateurs acteurs

Qui contrôle l'association ?

organisation classique de l'asso : président - secrétaire - trésorier

A qui l'asso doit-elle rendre des comptes ?

L'asso est complètement indépendante - euros placés à la NEF. Autorisation depuis 2014

Utilisation, modalités, diffusion

Seriez-vous favorable à l'ouverture de nouveaux comptoirs ? oui non

Si oui, lesquels ?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> la Poste | <input type="checkbox"/> la RATP |
| <input type="checkbox"/> les commerçants | <input type="checkbox"/> la Mairie |
| <input type="checkbox"/> CE entreprise | <input type="checkbox"/> objets consignés |
| <input type="checkbox"/> autres | |

une idée : payer une partie de sa taxe foncière en Pêches

Que pensez-vous de bornes interactives permettant de changer ses euros en Pêches et géolocaliser les collecteurs ?

trop cher à mettre en place par rapport au volume

Seriez-vous favorables à la dématérialisation de la Pêche ?

(paiement par mobile, consultation de son compte Pêche _ cf. Edenred TR)
oui, beaucoup plus pratique que les billets

Développement

Quels moyens de communication utilisez-vous pour promouvoir la Pêche auprès des utilisateurs (consom'acteurs, coll'acteurs)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> événements | <input type="checkbox"/> Brochures |
| <input type="checkbox"/> réseaux sociaux | <input type="checkbox"/> relations presse |
| <input type="checkbox"/> relations publiques | <input type="checkbox"/> autre |

FB Twitter presse locale, France 3

Exercez-vous des activités pédagogiques auprès de populations ciblées ?
oui non

Si oui, lesquelles ?

- | | |
|---------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> écoles | <input type="checkbox"/> maisons de retraite |
| <input type="checkbox"/> associations | <input type="checkbox"/> comités d'entreprises |
| <input type="checkbox"/> autres | |

spectacle "Le radeau de la méduse" adaptable selon l'endroit par la compagnie La Tribouille

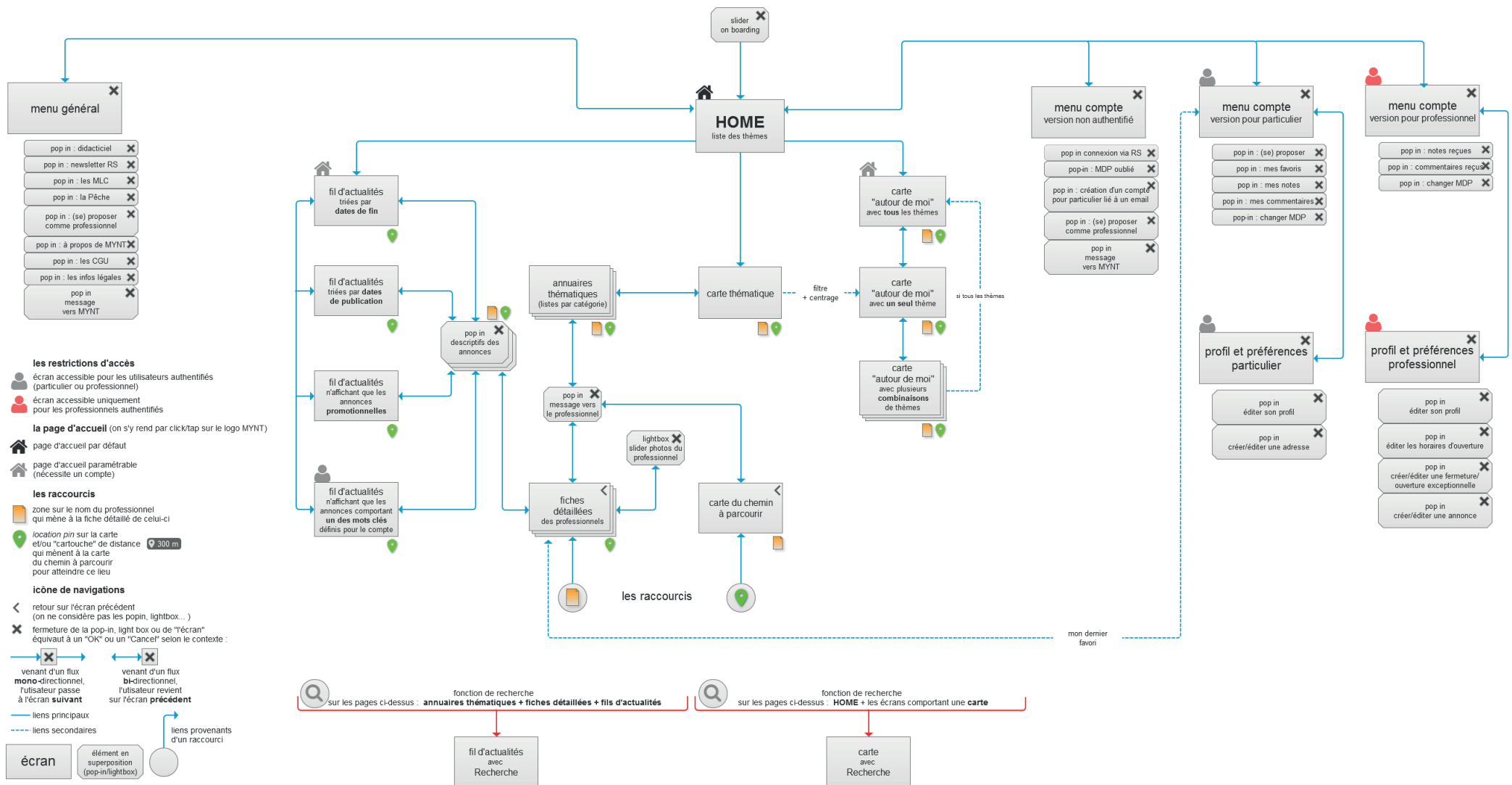
Un partenariat avec les CE est à étudier

Envisagez-vous un système de change avec les autre monnaies locales ?

adopté à la dernière réunion de septembre, pas encore mis en place

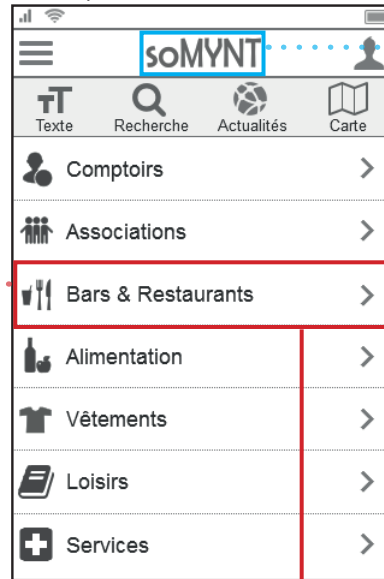
Caroline est très favorable à l'étude de nouveaux moyens de diffusion (sensibilisation auprès d'un jeune public _ argent de poche) et comités d'entreprise.

Arborescence technique



Les éléments principaux de navigation

Home par défaut : liste des thèmes



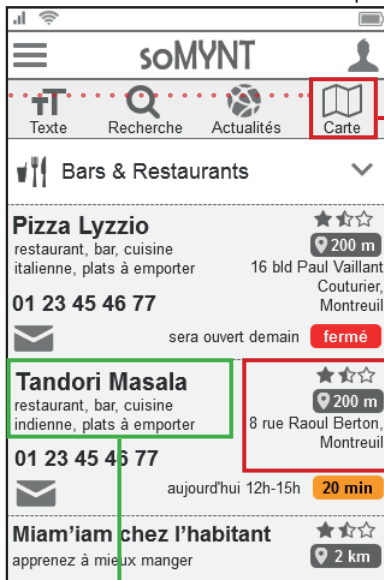
Sur tous les écrans, le logo soMYNT ramène à cet écran (le HomePage).

Le thème sélectionné mène à une carte qui est automatiquement sélective (selon le thème choisi)

Cette carte est centrée sur les lieux appartenant à la catégorie choisie

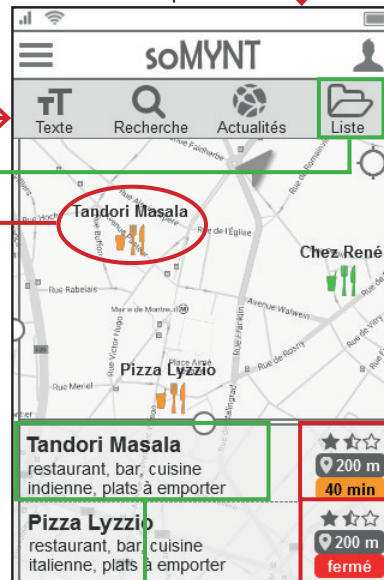
L'icône Carte se transforme en icône Liste

liste thématique



L'icône Carte a remplacé l'icône Liste.

carte thématique



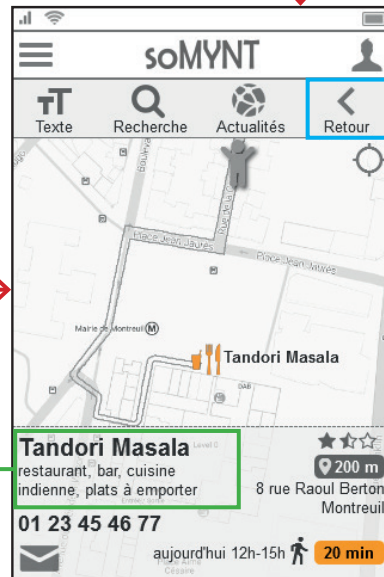
L'icône Liste a remplacé l'icône Carte.

fiche détaillée



L'icône Retour ramène sur l'écran précédent.

carte chemin



L'icône Retour ramène sur l'écran précédent.

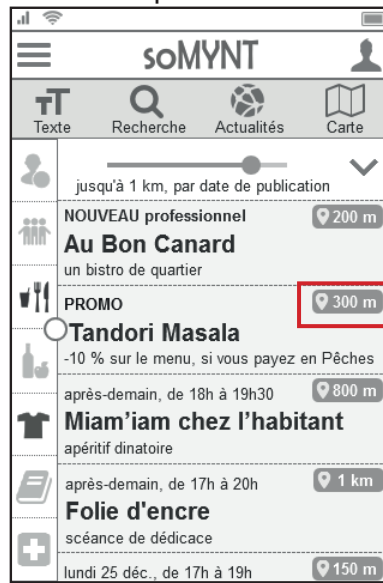
Le fil d'actualités - présentation des annonces -

pour changer le type de filtre (et de tri)

trie selon les dates de fin



trie selon les dates de publication



carte ciblée avec proposition de parcours



n'affiche que les annonces promotionnelles



n'affiche que les annonces répondant à mes mots clés



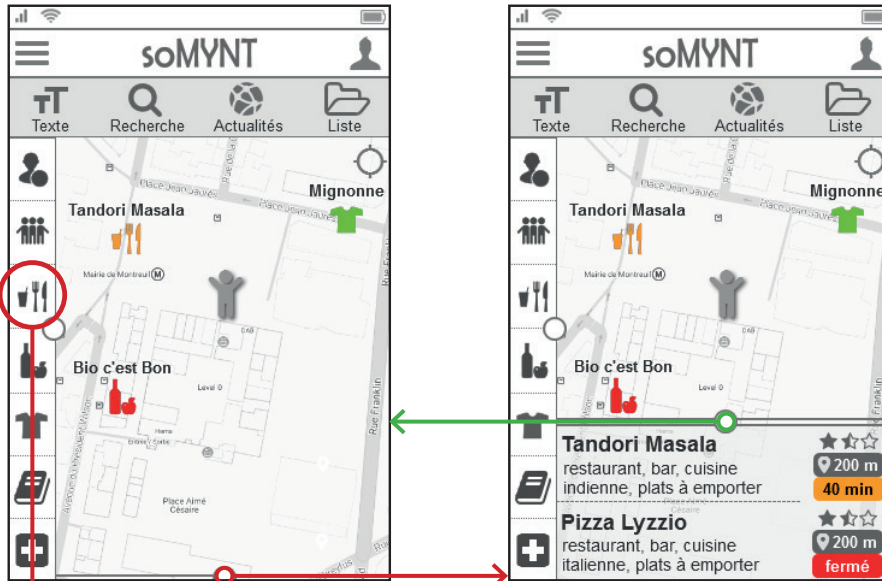
fiche de l'annonce



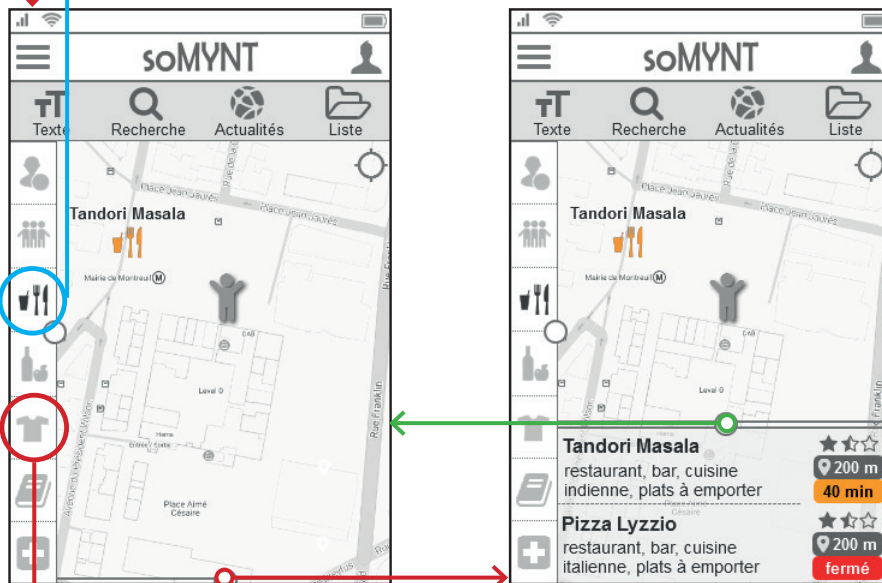
curseur pour filtrer selon la distance

Les cartes et les filtres thématiques

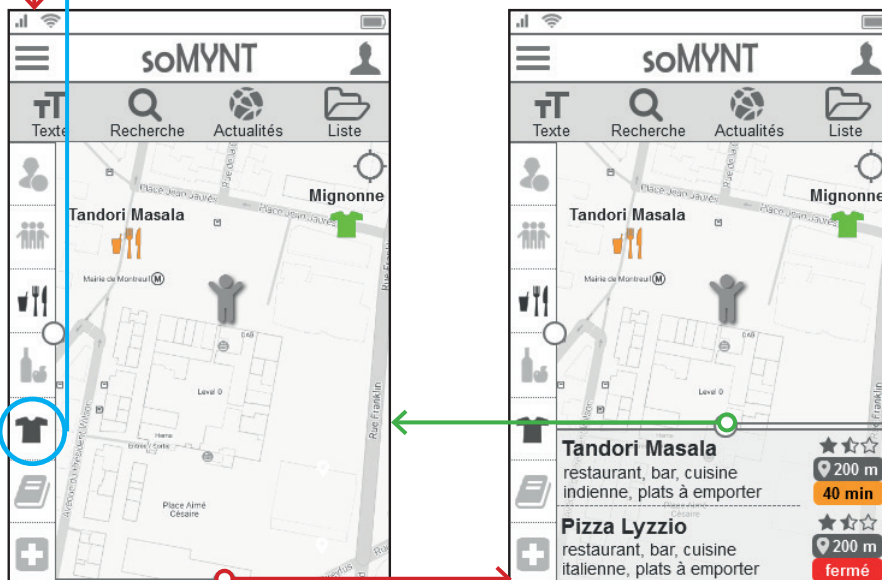
Lorsque tous les thèmes sont activés, un «tap» sur l'un d'entre eux désactive tous les autres thèmes



Lorsqu'un seul thème est activé, un «tap» celui-ci active tous les autres thèmes



Lorsqu'au moins un thème est déjà activé, un «tap» sur un thème désactive celui-ci



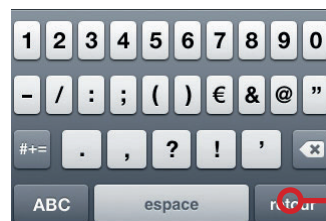
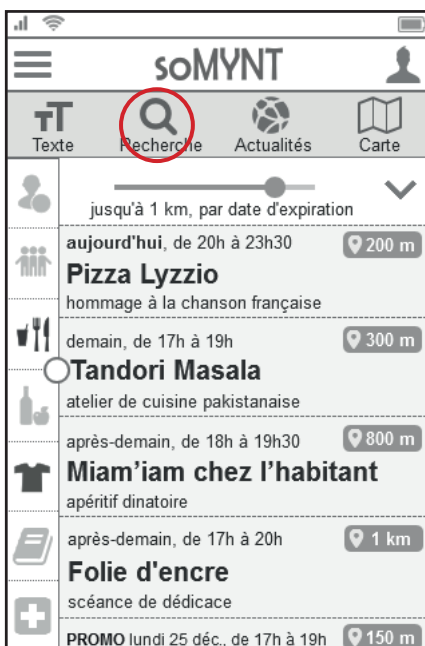
A l'inverse, un tap sur un thème activé le désactive tant qu'il reste au moins un autre thème activé

Recherche textuelle

Carte avec recherche textuelle



Fil d'actualités recherche textuelle



Références documentaires

Sites associatifs

<http://www.lagonette.org/pourquoi-une-monnaie-locale-et-complementaire/>

<http://monnaie-locale-complementaire.net/legalite-mlc/>

<http://peche-monnaie-locale.fr/>

<http://peche-monnaie-locale.fr/wp-content/uploads/2016/09/2016-09-08-re%CC%81union-de-bureau-compte-rendu-V3.pdf>

<https://fr.wiktionary.org/wiki/Discussion:reliance>

[https://fr.wikipedia.org/wiki/Montreuil_\(Seine-Saint-Denis\)](https://fr.wikipedia.org/wiki/Montreuil_(Seine-Saint-Denis))

Thèse gentrification quartiers

http://resohab.univ-paris1.fr/jclh05/article.php?id_article=20

Presse

<http://www.lesechos.fr/idees-debats/cercle/cercle-131877-les-monnaies-locales-complementaires-antidote-au-bitcoin-1111090.php>

<http://www.lesechos.fr/idees-debats/cercle/cercle-131877-les-monnaies-locales-complementaires-antidote-au-bitcoin-1111090.php?ip7VS7T09WT9fpqu.99#>

http://www.lemonde.fr/economie/article/2015/05/22/en-complement-de-l-euro-les-monnaies-locales-seduisent-de-plus-en-plus_4639088_3234.html

<http://www.consoglobe.com/jeunes-francais-engages-vie-citoyenne-cg>

<http://bfmbusiness.bfmtv.com/entreprise/pourquoi-on-paie-en-coopek-dans-la-chaine-de-magasins-biocoop-1051557.html>

<http://www.lavoixdunord.fr/70238/article/2016-11-06/les-raisons-de-creeer-une-monnaie-locale-dans-le-valenciennois>

<http://www.latribune.fr/actualites/economie/france/20130220trib000749978/une-monnaie-locale-et-complementaire-c-est-quoi.html>

<http://france3-regions.francetvinfo.fr/aquitaine/pyrenees-atlantiques/pays-basque/l-abeille-l-eusko-des-monnaies-locales-qui-essaient-lentement-mais-surement-997643.html>

<http://www.letelegramme.fr/france/monnaies-locales-ca-flambe-29-10-2016-11272852.php#fkyfdyPz7Hk6Eyht.99>

<http://www.leparisien.fr/le-pre-saint-gervais-93310/le-pre-saint-gervais-a-desormais-la-peche-15-10-2016-6213114.php>

<http://france3-regions.francetvinfo.fr/aquitaine/pyrenees-atlantiques/pays-basque/l-abeille-l-eusko-des-monnaies-locales-qui-essaient-lentement-mais->